



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

Факултет по журналистика и масова комуникация

Катедра „История и теория на журналистиката”

АВТОРЕФЕРАТ

на

ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

за придобиване на образователна и научна степен „доктор”

по професионално направление:

3.5. Обществени комуникации и информационни науки

(Журналистика – Теория на журналистиката и медиите)

на тема:

СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ НА

КУЛТУРНАТА ЖУРНАЛИСТИКА

Автор: Екатерина Дмитриева Титова Станковски

Научен ръководител: доц. д-р Мария Попова

София, ноември 2018

Дисертационният труд е обсъден и насочен за публична защита на заседание на катедра „История и теория на журналистиката” на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, проведено на 07.11.2018 г.

Дисертационният труд е в обем от 387 страници и включва: увод, четири глави, заключение, библиография и приложения. Библиографията съдържа 204 източника, от които 109 на кирилица, 95 на латиница и други източници, както статистики, анкета, 12 интервюта, осъществени специално за изследването.

СЪДЪРЖАНИЕ:

| | |
|---|------------|
| УВОД ----- | 5 |
| ПЪРВА ГЛАВА. КУЛТУРНАТА ЖУРНАЛИСТИКА - СТРЕМЕЖ И РАЗВИТИЕ ВЪВ ВСЕКИДНЕВИЕТО НА СЪВРЕМЕННИЯ ЧОВЕК | 16 |
| 1. ПОНЯТИЕ ЗА КУЛТУРА И РАЗВИТИЕТО ѝ ----- | 16 |
| 1.1. <i>Култура и цивилизация</i> ----- | 18 |
| 1.2. <i>Взаимодействие на културата с обществото и разума. Поява на „универсална цивилизация“</i> ----- | 26 |
| 1.3. <i>Влияние на глобализацията и поява на масова култура</i> ----- | 29 |
| 2. КУЛТУРА И ЖУРНАЛИСТИКА ----- | 45 |
| 2.1. <i>Културна журналистика</i> ----- | 45 |
| 2.2. <i>Лайфстайл журналистиката</i> ----- | 54 |
| 3. КРИЗИСНИ СИМПТОМИ В МЕДИИТЕ И ЖУРНАЛИСТИКАТА --- | 65 |
| ВТОРА ГЛАВА. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА МЕДИИТЕ ----- | 90 |
| 1. РАЗВИТИЕ НА ИНТЕРНЕТ И НЕГОВАТА РОЛЯ В СЪВРЕМЕННИЯ ЖИВОТ ----- | 90 |
| 2. ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКА И БЛОГ ЖУРНАЛИСТИКА ----- | 110 |
| 3. ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА И ВЪЗДЕЙСТВИЕТО ВЪРХУ АУДИТОРИЯТА ----- | 135 |
| ТРЕТА ГЛАВА. АСПЕКТИ НА КУЛТУРНАТА ЖУРНАЛИСТИКА В ОНЛАЙН ПРОСТРАНСТВОТО ----- | 157 |
| 1. ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ КУЛТУРНАТА ЖУРНАЛИСТИКА ----- | 157 |
| 1.1. <i>Особености на глобализацията</i> ----- | 158 |
| 1.2. <i>Културната информация в света на глобалната търговия</i> ----- | 175 |
| 1.3. <i>Възможности и перспективи предоставяни от глобалната сцена</i> -- | 180 |
| 2. ВЛИЯНИЯ НА ОНЛАЙН СРЕДАТА ВЪРХУ АВТОРСКИТЕ ПРАВА И ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ ----- | 187 |

| | |
|--|------------|
| 3. ОСОБЕНОСТИ НА ГЛОБАЛНАТА КУЛТУРНА ЖУРНАЛИСТИКА ----- | 194 |
| 4. БЪЛГАРСКАТА АУДИТОРИЯ КАТО ПОТРЕБИТЕЛ В СЪВРЕМЕННАТА ДИГИТАЛНА СРЕДА ----- | 208 |
| ЧЕТВЪРТА ГЛАВА. КУЛТУРНАТА ЖУРНАЛИСТИКА В ОНЛАЙН СРЕДА - АНАЛИЗ НА СЛУЧАИ ----- | 237 |
| 1. МЕДИЙНО ОТРАЗЯВАНЕ НА ТЕАТРАЛНАТА РЕФОРМА В КУЛТУРНАТА СФЕРА ----- | 238 |
| 1.1. <i>Театърът и неговото развитие в България</i> ----- | 239 |
| 1.2. <i>Културно-театралната реформа</i> ----- | 240 |
| 1.3. <i>Публиката – завръщане към театрите</i> ----- | 250 |
| 2. ФЕСТИВАЛИТЕ КАТО НАЙ-ВАЖНАТА ИНСТИТУЦИЯ ЗА ОЦЕНКА НА ИЗКУСТВОТО В ОБЛАСТТА НА МУЗИКАТА ----- | 271 |
| 2.1. <i>Състояние на музикалните издания и рубрики</i> ----- | 272 |
| 2.2. <i>Развитие на музикалните фестивали в България</i> ----- | 274 |
| 2.3. <i>Подготовка и отразяване на музикалните събития</i> ----- | 276 |
| 2.4. <i>Отразяване на музикалните фестивали във виртуалното пространство</i> ----- | 278 |
| 3. РОЛЯТА НА МАСМЕДИИТЕ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА РАЗЛИЧНИ ФОРМИ ИЗКУСТВО И ФОРМИРАНЕ НА ХУДОЖЕСТВЕН ВКУС В АУДИТОРИЯТА ----- | 280 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ ----- | 300 |
| БИБЛИОГРАФИЯ ----- | 314 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ ----- | 331 |
| 1. АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ НА АВТОРА, ПРОВЕДЕНО ПРЕЗ ПЕРИОДА ОКТОМВРИ 2017 Г. – МАРТ 2018 Г. ----- | 331 |
| 2. ИЗСЛЕДВАНЕ НА „PERCERTICA“ ЗА ПЕРИОДА ЯНУАРИ – ЮНИ 2016 Г. ПО ПОРЪЧКА НА АВТОРА ----- | 337 |
| 3. СОБСТВЕНО ИНТЕРВЮ НА АВТОРА С КУЛТУРНИ РЕДАКТОРИ В ПЕРИОДА ЯНУАРИ-АПРИЛ 2018 Г. ----- | 351 |

Изследователски избори, основна теза и актуалност на проблема

Комуникациите, медиите и културата заемат централна роля в живота на съвременния човек, а въздействието на новите технологии ги променя и трите. През последното десетилетие медийните организации постепенно започват да подкрепят тенденцията за обединяване на функциите на изкуствата и забавленията с цел привличане на по-голяма аудитория. Все по-свиващият се медиен пазар и въздействието на кризата в тази област са основните причини за нейната трансформация и предпоставка за ориентацията ѝ към дигиталната среда. Онлайн медиите се превръщат в сцена за всякакъв тип културни събития - от елитарни до по-общодостъпни, но в желанието си да привлекат повече потенциални потребители се създават условия за разпространяване на съдържание, чийто принос за развитието на културата е спорен.

Тези процеси са основание да се формулира *тезата*, че културната журналистика еволюира и претърпява промени успоредно с времето и хода, в които дигитализацията и нейното развитие заемат все по-голяма част от всекидневието на модерното поколение.

Технологичното развитие позволява на онлайн платформите да притежават важна роля в публикуването на съдържание и това ги превръща в основна перспектива и бъдеще за развитието в областта на културната журналистика, която започва да се фокусира върху мултимедийна област. Появилата се масова култура и динамичното развитие на пазара в глобализиращата се среда променят културната област и журналистиката, която отразява събитията случващи се в нея е изправена пред предизвикателствата на бързо променящата се среда.

Всичките тези предпоставки определят *избора* на темата на настоящия дисертационен труд, който дава представи за основните тези,

нови тенденции и промените в развитието на културната журналистика, чието основно предназначение е да допринася за оформянето на очакванията и мнението на аудиторията за дадено художествено произведение или друг вид културни форми.

Културният фокус се разширява още повече в светлината на потребителската култура, новите медии и културата на знаменитостите. Възприемана като художествено творчество, културата обхваща сбор от произведения и интелектуален труд, авторите, които ги създават и институциите, които ги разпространяват. От една страна чрез тях се отразява животът, а от друга страна те се превръщат в негов критерий. Това подчертава още веднъж съществената роля на културната журналистика, която спомага за сформирание на общественото мнение. Диалогът с аудиторията е сред основните ѝ функции и това е причината културната тематика все повече да навлиза в онлайн изданията. Затова настоящото изследване се насочва основно към онлайн медиите, фокусирани върху отразяването на културни събития.

Актуалността на темата се определя от няколко основни фактора. Настоящото проучване започва в началото на 2015 г., когато е трудно да се предвиди динамиката на промяна на културната среда и темпа на развитие и приспособяване на културната журналистика към новите технологии. Въздействието на дигиталните процеси променя както изкуството, така и медиите, които служат за връзка и го разпространяват до самата аудитория. Журналистите освен да отразяват случващото се в областта са и изправени пред настоящите предизвикателства свързани с цифровизацията и влиянието на медийната технологична промяна. Това налага необходимостта от научен прочит на процесите и причините, довели до промяна в културната журналистика и нейната ориентация към онлайн средата с цел по-качествена комуникация с аудиторията. Възможностите,

които предоставят онлайн медиите за разпространяване на новините интересно и атрактивно са огромни, а множеството технически улеснения и предпоставки като факта, че са абсолютно безплатни, непрекъснато обновяващите се и достъпни 24 часа в денонощието ги превръщат в предпочитано място за информиране от потребителите. В желанието си да продължи да развива изградената комуникация със своята публика журналистиката търси нов двупосочен диалог с нея посредством дигиталната среда. Промененото общуване въздейства върху възприятията на потребителите, чиито очаквания стават по-взискателни от гледна точка на актуалност на новините, но същевременно с това огромния поток от информация създава пренаситена среда. Динамичното всекидневие е сред предпоставките за наличие на кратки информационни текстове, които могат да бъдат потребявани дори и в движение. Множеството промени стават предизвикателства, според които културната журналистика трябва да се сработи и модифицира.

Наблюдава се липса на достатъчно научни изследвания в областта на този тип журналистика. Причината за това може би е, че твърде често в пространството тя се разбира като журналистика за развлечение и бива пренебрегвана или възприемана като несериозна. А това поставя една от основните ѝ функции на заден план - именно да спомага за духовното обогатяване и развитие на ценностната система на всеки един индивид и на обществото като цяло.

Културата през XXI век се превръща във все по-широко явление в медиите, като основно се фокусира върху влиянието на медийната технологична промяна и настоящите предизвикателства свързани с цифровизацията. Глобализацията предоставя възможности за аудиторията да се докосне до различни видове изкуство и творчество и по този начин да обогати своя мироглед. Именно тези процеси водят до трансформация на

културната журналистика, която има съществена роля в представянето на събития от тази сфера.

Настоящото изследване използва както утвърдени теоретични концепции, така и разглежда най-новите научни тези, за да очертае по-ясно тенденциите. *Изследователската хипотеза*, която се налага е, че културната журналистика претърпява трансформация и развлечението се превръща в една от основните ценности в разбиранята на аудиторията, което е и съществена предпоставка за нейната ориентация към лайфстайл журналистиката. От друга страна анализът на журналистически материали позволява да се установи по какъв начин тя се променя – нейните положителни и отрицателни страни. Сложността при проучването идва и от факта, че научната литература на български език, посветена на културната журналистика, е оскъдна.

Изследването се ограничава да проследи хода на развитие на културната журналистика именно в онлайн средата започвайки от периода на дигитализация на медиите с цел да се представят промените, които настъпват в нея. Актуалното състояние на културата претърпява трансформация във фокуса на появилата се масова култура в съвременното общество, реализирана с помощта на динамичното развитие и пазара. Различната културна сфера въздейства върху обществения мироглед, пространството за размисъл, дискусия, етика, ценности и др. Ролята на културната журналистика е особено важна и необходима при отразяването на текущите събития и при влиянието върху развитието и изграждането на всеки един индивид.

Обектът на изследването са специализираните културни онлайн медии, които отразяват активно събитията от културната сфера у нас.

Предмет на изследователския интерес са по-важните моменти в трансформацията на културната журналистика вследствие на дигитализацията и нейната ориентация към лайфстайл журналистиката.

Изследването си поставя следните цели:

- да анализира ключови етапи от развитието на културата, взаимодействието ѝ с обществото, влиянието на глобализацията, появата на масовата култура, културната журналистика, дигитализацията на медиите и въздействието им върху културната информация;
- чрез теоретични аргументи и анализ на събитията да проследи развитието на българската културна журналистика и нейните съвременни аспекти в онлайн пространството;
- с осъществяването на емпирично изследване, интервюта и преки наблюдения да установи посоката за развитие на културната журналистика.

Задачите, които дисертацията си поставя, са:

- да се проследят промените, през които преминава културната журналистика, свързани със стила на писане, начина на представяне на събитията чрез различни мултимедийни приложения и ефекта от възприятието на представената информация посредством различни теоретични концепции, статистики, практически казуси и примери от музикалната, театралната, кино и литературната сфери;
- да се съберат и анализират данни, с които да се докаже хипотезата, че културната журналистика все повече става част от лайфстайл журналистиката;

- да се посочат факторите, които влияят върху възприятието на представените материали и превръщат онлайн пространството в предпочитано място за информиране;
- да се изследва аудиторията и да се определи влиянието на глобализацията върху отразяването на културни събития;
- да се проследят каналите за информиране на аудиторията и начина, по който консумира културни новини;
- да се направят изводи за разгледаните и анализирани случаи и да се изследват тенденциите за настъпилите промени в стила на писане и визуализация на материали, свързани с културната журналистика и преливането ѝ към лайфстайл журналистиката.

Измененията, които претърпява културната журналистика и насочването ѝ към лайфстайл журналистиката се наблюдава с по-голямото навлизането на по-обща теми, които са от развлекателен характер в културните статии с цел привличане на по-голяма аудитория. Журналистите са принудени от настоящите обстоятелства да използват по-общодостъпен език за изразяване в своите текстове, така че да са лесни за възприемане и удобни за потребление в динамичното всекидневие.

Няколко са трудностите, които възникнаха по време на изследването. От една страна силно ограниченото количество проучвания и наблюдения по темата като цяло. От друга страна динамично променящата се дигитална среда и бързото развитие по време на проследяването на съответните процеси.

Методологията на изследването включва: проучване на източници – научна литература, закони, статистики – на български, английски и други езици; анализ и синтез на научни тези и теории; индивидуални интервюта; преки наблюдения на автора от практиката му като журналист, следящ и отразяващ културните събития; контент анализ на специализирани

културни сайтове; специално наблюдение от агенция за медийни анализи; провеждане на анкета с цел доказване на тезата.

Дисертационният труд е с *обем* от 387 страници и включва: увод, четири глави, заключение, библиография и приложения. Използвани са 204 източника, от които 109 на кирилица, 95 на латиница, както и са реализирани 12 интервюта.

Дисертационният труд се опитва през *теоретична и емпирична парадигма* да изследва особеностите на съвременната културна журналистика. В рамките на *теоретичния подход* се проследяват измененията в културата и културната журналистика, кризата в бранша, която е сред основните причини за нейната ориентация и еволюция към онлайн пространството и развитието на онлайн журналистиката.

Първата глава има три раздела. Първият е „Понятие за култура и развитието ѝ”. Вторият е озаглавен „Култура и журналистика” като в него се разглежда и лайфстайл журналистиката, а третият е „Кризисни симптоми в медиите и журналистиката”.

Разглеждана е многоликата страна на културата, която може да се възприеме като художествено творчество, интелектуален труд, ценности и същевременно като начин на съществуване. Френският социолог Едгар Морен я определя като двусмислена и подвеждаща – „дума-мит, която има претенцията да означава сама по себе си велико благо: истина, мъдрост, благоденствие, свобода, творчество...”¹, което още веднъж разкрива нейната разнообразна същност. От друга страна самата тя е показана и в една по-различна светлина, като отразяваща начина на живот и взаимоотношенията между индивидите и същевременно се превръща в техен основен критерий. Представени са различни видове култури, както и тяхното сближаване и

¹ Морен, Е., Цит. съч., От културна анализ към културна политика, В: Идеи в културологията, Том 2, 1993, С., УИ “Св. Климент Охридски”, с. 811-815

смесване в резултат на комерсиализацията, която води до застои в развитието на културата, липсата на креативност, новаторство и провокативност към аудиторията, която от своя страна започва да се наслаждава безкритично на традиционното изкуство, а новото внезапно и първоначално се критикува и приема с недоверие. Стремешът към максимална публика кара културата да се приспособява към различни социални класи. Съществуването на пазара до голяма степен гарантира свобода на обществото в избора на произведения, но преобладаващото нискокачествено съдържание ограничава реалните възможности.

Обяснени и анализирани са различни научни тези на редица учени, сред които британският философ и историк на културата Арнолд Джоузеф Тойнби, британският литературен теоретик Тери Игълтън, който разглежда комплексността на понятието и връзката им с природата, френският философ и литературен теоретик Жан-Франсоа Лиотар, литературният критик Реймънд Уилямс, американският социолог и политолог Самюъл Хънтингтън, френският социолог Едгар Морен, немският философ, литератор и критик Валтер Бенямин, който обвързва културата като художествено произведение, неговото техническо детерминиране и др.

Изясен е терминът „универсална цивилизация“ основан на културното сближаване на човечеството и възприемането на общи ценности, ориентации, всекидневни практики, вярвания и институции.

Културата е показана в една по-различна светлина като отразяваща начина на живот и взаимоотношенията между индивидите. Достъпът до масовата култура в съвременното общество се осъществява чрез диалог и културното многообразие, реализирани с помощта на новите технологии и глобализацията. Те променят актуалното състояние на културата, като в процеса на самоорганизация се формира представата на обществото за нея. Пазарът превръща в стоки и услуги формите на изразяване, които съвместно

чрез своето функциониране поражда масовата култура. Културните и творческите институции, подпомагани от маркетинга и рекламата, реализират и предлагат културни услуги и стоки, които са обект на покупко-продажба с цел удовлетворяване на конкретни културни потребности.

Променената култура съответно оказва своето влияние върху културната журналистика, която я отразява и разпространява. Съвременното разбиране за нея, което обединява представянето на важни социални и културни събития, артефакти, практики и творчески изяви, все повече се развива и започва да се свързва с практиката на развлекателната и лайфстайл журналистиката. Издигането на развлечението като една от важните ценности за настоящия индивид дава своето отражение и върху представянето на новините, като акцентът се поставя върху това, доколко те са неочаквани, скандални, зрелищни, а не върху значими събития, свързани с културната сфера.

Изяснен е и терминът „инфотейнмънт“ като течение, което се изучава от редица учени, описващи неологизъм, представляващ комбинация от двете съставки информация и забавление. Както в България, така и в останалата част от света се наблюдава тенденция, в която крайните потребители предпочитат информацията да бъде съобщена по начин, в който освен да им бъде предоставена нужната новина, същевременно и да ги забавлява.

Дисертацията разглежда както утвърдени теоретични концепции, така и най-новите научни тези, за да очертае по-ясно тенденциите и за да защити изследователската хипотеза, че културната журналистика претърпява трансформация и развлечението се превръща в една от основните ценности в разбиранята на аудиторията, което е и самата предпоставка за нейната ориентация към лайфстайл журналистиката.

Разглежда се понятието за културна журналистика, което е динамично променящото се поради глобализацията на медийния пейзаж и разнообразието на националните култури. Преходът и връзката между света на културното изкуство и културната журналистика се изразява в разширения подход на културните журналисти към ежедневните проблеми. Анализирани са норвежките, шведските и финландските медийни системи, които се характеризират с разнообразие от местни, регионални и национални медии, отразяващи общественото мнение, политиката и културата. Проследена е трансформацията на културните журналисти и тезите на изследователите Нейт Кристенсен, Уни Фром и Аски Камър.

Преходът и връзката между света на изкуството и културната журналистика се изразява в разширения подход на културните журналисти към ежедневните проблеми. Наличието на научни изследвания в областта на този тип журналистика като цяло е слабо застъпено. Сред причините може да бъде разглеждано разбирането на аудиторията за този тип журналистика като развлечение и поради това се наблюдава честото ѝ пренебрегване.

Двете основни функции на медиите в областта на културата могат да се разглеждат като две различни направления. От една страна те служат като посредник между културата и обществеността, като популяризират нови продукти и събития на пазара на културата пред публиката. От друга страна самите медии също са културна институция и като такива те са не само посредници, но и производители на култура. А и арена за критика, дебат и конфликт, насочена към въпросите за качеството, естетическите норми, етиката и ценността на обществото.

През последното десетилетие медийните организации постепенно започват да подкрепят тенденцията за обединяване на функциите на изкуствата и забавленията с цел привличане на все по-голяма аудитория. По

този начин се пренебрегва и забравя основното предназначение на културната журналистика, която допринася за оформянето на очакванията и мнението на аудиторията за дадено литературно произведение или други видове културни форми. Важна и неразделима част за структурата на обществения мироглед е културната сфера, която представлява пространство за размисъл, дискусия, етика, ценности и др.

За да се защити тезата, че културната журналистика еволюира и претърпява промени, се очертава и кризата, която завладява журналистическия бизнес, тъй като тя е сред основните причини за този процес. Икономическият трус налага масово съкращение на журналисти в целия свят, а в някои държави, като например САЩ, техният брой намалява до драстичните 50% от общия им брой. Свиването на медийния пазар води до заместването им с такива на свободна практика или писането на културни рубрики от различни журналисти от други области с цел ограничаване на разходите. Онлайн пространството не успява да разреши напълно финансовите проблеми, тъй като намаляването на производствените разходи е за сметка на наличието на безплатен достъп на аудиторията, като по този начин медиите се лишават от този тип приход и отново разчитат на рекламите. Тези фактори оказват силно влияние върху качеството на предлаганите новини, които поради липса на квалифицирани автори, снижават истинската си ценност. Изброените процеси са *анализирани детайлно*, тъй като са сред *предпоставките за ориентацията на културната журналистика към дигиталното пространство*. Представени са и *стъпките към промяна* на този вид журналистика с цел *по-качествена комуникация с аудиторията*.

Втората глава се фокусира върху историята и развитието на технологиите, възможностите и предимствата, които се предоставят на аудиторията и журналистиката, както и масовото навлизане на

традиционните медии в интернет в търсене на нов медиен пазар. Наблюдава се цялостна промяна, както в начина на комуникация между участниците, така и в бързината и новите методи, предлагани от онлайн медиите.

Впечатляващата прогресия през последните десетилетия събужда нови процеси на креативност и иновативност, които водят до непрекъснати усъвършенствания и нововъведения, като създават една култура на технологична изобретателност. Новите устройства не са само инструменти, които аудиторията използва, а възможности за развитие, в които основният двигател са именно хората. Същите тези промени засягат както културата, така и отразяващата я журналистика. Те намират ново поле за изява, именно в дигиталното пространство, като по този начин претърпяват определени трансформации, чрез които не само оцеляват, а и привличат нова аудитория. Детайлно е проследена историята на онлайн журналистиката, блог журналистиката и появата на гражданска журналистика, както и тяхното въздействие върху медийната среда в процеса на глобализацията.

Онлайн медиите дават възможност на всеки гражданин да участва в обмена на информация и да генерира ново информационно съдържание, включително и в областта на културата. Демократизирането на културата и използването на новите технологии води до преосмисляне на значението и ролята на професионализма в произведенията. Информацията променя своята роля и се превръща в съществена част от начина на живот на дадено общество, което достига до нея много по-улеснено посредством новите системи и нейното въздействие се наблюдава върху множество социални дейности, но най-осезаемо именно върху културните дейности като език, изкуство, културни стилове, интелектуална работа и др.

С появата на онлайн журналистиката възможностите, по които информацията може да бъде предоставена интересно, са огромни. Различните видове визуални ефекти, графични и дизайнерски изпълнения

могат много по-лесно да примамят разнообразна аудитория. Съчетанието между информация и забавление се превръща в течение, което се изучава от редица учени.

При *емпиричния подход* се разглеждат медийният интерес и медийните подходи при отразяване на теми от културата. Чрез контент анализ и интервюта с редактори и журналисти, отразяващи сферата, са проучени посоките, в които се развива този вид журналистика и начините, по които се променя. Изборът на анализирани медии е определен според сектора, който отразяват – култура и тяхната популярност сред аудиторията.

Трета глава съдържа четири раздела. Първият е „Въздействие на глобализацията върху културната журналистика” и представя промените и тенденциите, които са повлияни от нея. Вторият е озаглавен „Влиянието на онлайн средата върху авторските права и интелектуалната собственост” – тема, която е много актуална с оглед на предпоставките, които създава виртуалната сфера. Третата част е „Особености на глобалната културна журналистика”, а четвъртата е „Българската аудитория като потребител в съвременната дигитална среда”.

Разгледано е въздействието на глобализацията върху културната журналистика като е започнато от обмена на самата култура, който обхваща, както свободния достъп и размяна на културна информация, творби на изкуството, следене на последните тенденции и нововъведения в областта, така и търговията с културни произведения, които в повечето случаи са създадени, високо ценени и търсени вследствие на осведомеността на аудиторията за тях. Онлайн медиите чрез своите новини известяват читателите си за интересни и различни творения, които често не са създадени в конкретната локалност, в която физически се намират те.

Представени и анализирани са *различни примери за културни събития от световен мащаб* като наградите „Оскар“ на Американската филмова академия, британските музикални награди „Брит“, американските „Грами“ и „Билборд“, музикалното състезание „Евровизия“, Нобеловите награди за литература, световното изложение Венецианско биенале и редица други, които със своята дългогодишна история онагледяват глобализацията като процес, който подпомага докосването до качествената продукция в международен аспект.

Преминаването на медиите в онлайн пространството се сблъсква с безплатния достъп до съдържанието и невъзможността на рекламата да осигурят необходимото финансиране. От друга страна със стремителното развитие на онлайн медиите все повече обикновени хора биват въввлечени в процеса на подготовка, публикуване, излъчване и анализ на медийните творби, което въздейства върху тяхното съзнание и поведение. Огромният избор от източници на съдържание, посредством интерактивните технологии и изкуствения интелект, започва да формира информационно-културния дневен ред на обществения живот.

Сред предизвикателствата, пред които е изправена културната журналистика в дигиталната среда, са авторските права и интелектуалната собственост. Общуването от типа „много към много“ е съществена особеност на интернет пространството, която създава предпоставки за евтино създаване и разпространяване на културни продукти. Тези предпоставки изискват по-голям контрол от страна на авторското право, но за съжаление на лице е невъзможността юридически да бъде реализиран.

Влиянието на глобализацията върху културната журналистика и по-засиленото наличие на лайфстайл тематиката очертават още едно предизвикателство при отразяването на глобални културни събития, а именно те все пак да запазят своята специфика и автентичност.

Въздействието на дигиталните технологии променя както изкуството, така и медиите, които служат за връзка и го разпространяват до самата аудитория. В разгледаните примери се наблюдава, че свободата, която предоставя онлайн средата за създаване и споделяне, води до предпоставки за промяна на ролите в обществото. Потребителите, освен равен участник в двупосочния процес, получават глас за автономно изразяване на мнение по различни казуси и теми и започват да генерират собствено съдържание посредством блогове или лични сайтове. С цел да се проследи и анализира влиянието на онлайн средата върху крайните консуматори по отношение на информираността и културния живот в България, като част от изследването е реализирана анкета от непредставителен характер. Въпросите са базирани на най-често използваните средства, канали, устройства и културно-информационно сайтове, които обкръжават всекидневието на всеки един участник в дигиталното пространство. Целта е да се очертае, по какъв начин обикновеният човек се информира и следи културните прояви. Проведената непредставителна анкета за въздействието на дигиталното пространство ясно очертава тенденцията аудиторията да се информира посредством новите медии и нейния нарастващ интерес към събитията в сектора и културния живот в държавата.

Тази посока на развитие е потвърдена и в собствените интервюта проведени за изследването с културни редактори и журналисти от различни онлайн среди като Людмила Димитрова – редактор ресор „Култура“ в kultura.bg, Диляна Димитрова – главен редактор и създател на ploshtadslaveikov.com, Елена Кръстева – журналист за ploshtadslaveikov.com, Жюстим Томс – главен редактор и създател на kafene.bg, Диана Томова – главен редактор на programata.bg, Мирена Керезова – създател и главен редактор на lovetheater.bg, Диана Алексиева – създател и главен редактор на interview.to, Ивайло Александров – журналист в sofialive.bg и Esquire,

Александър Кръстев – създател и редактор на първия блог посветен на книгите azcheta.com, Димитър Панайотов – главен редактор в podmosta.bg, Зорница Аспарухова – журналист в webSAFE.bg и Румен Василев – редактор в skif.bg. Според тях традиционната културна журналистика, която се занимава с отразяване на театър, визуални изкуства, класическа музика и литература, се променя и заменя своите теми с тези, които са модерни в момента като личния живот, външния вид, а значимостта на отразяваното събитие става второстепенна. По-широкият спектър от културни теми, които са отразявани като цяло, води до сериозен замисъл за измененията настъпили в разбиранията за културна журналистика и все по-голямото ѝ доближаване до развлекателната. Критиката започва да отсъства от тези статии и нейната важна роля, която е да помогне на обществото да разбере действителната художествена стойност на различните произведения и техните автори през годините, остава неосъществена. При богатият избор от медии и източници, потребителите са поставени сред произволния поток от информация, лишавайки журналистите от тяхната най-важна роля, а именно да бъдат „водачи“, чрез своите произведения в света на изкуството.

Детайлно са анализирани, по заложи предварително критерии, специализирани онлайн медии, посветени на културата, сред които медията посветена на четенето и книгоиздаването „Аз чета“ (<http://azcheta.com>); личният сайт на Диана Алексиева, представящ интервюта с личности от областта на културата – Interviewto (<http://interview.to/>); сайтът kultura.bg, чийто слоган е портал за култура, изкуство и общество; платформата „Площад Славейков“ (<http://www.ploshtadslaveikov.com>); медията за театрална критика - lovetheater.bg; изданието и дигиталният вариант на goguide.bg; справочникът и онлайн изданието programata.bg; новинарската медия, отразяваща събития от областта на културата - sofialive.bg; електронното списание за изкуство, култура и свободно време - kafene.bg;

културните рубрики на едни от най-четените английски новинарски сайтове – theguardian.com и bbc.com.

Приложени са разнообразни статистики, за да се проследят интересите и предпочитанията на аудиторията, сред които статистика изготвена от глобалната фирма за анализи „Alexa”, статистика на Консултантската компания „Gemius” и ОМА.

Четвърта глава включва различни конкретни случаи, за да се установят промените в развитието на журналистиката, отразяваща културни събития, както и ролята ѝ за популяризиране на различни форми изкуство и формиране на художествен вкус в аудиторията. Проследено е **медийното отразяване на театралната реформа в културната сфера**, като за целта на настоящето изследване е **реализирано специално наблюдение от агенция за медийни анализи**. Дигитализацията като основен и движещ фактор във всекидневието на съвременния човек до голяма степен е една от основните причини оказваща влияние и върху медиите, журналистиката и културния живот. Изготвените данни **ясно очертават** и потвърждават тази **тенденция**, като показват, че **най-активни в отразяването са онлайн медиите** и социалните мрежи. Причината за това от една страна е възможността, която предоставя дигиталното пространство за много по-голяма честота на публикации, отразяващи процесите, а от друга страна по-младата аудитория, интересуваща се от култура, следяща информационния поток именно там и активно се включваща се в дискусии, чрез различни коментари. Доказателство е и гледната точка на потребителите показана посредством проведените анкети с цел да се посочи начинът, по който самите те, като основен консуматор на културата се информират за случващото се в тази област. Също така са наблюдавани различни статистики и класации за най-следените канали за разпространение и популяризиране на културни събития в различните ѝ отрасли.

Бързо променящата се ситуация и околна среда създават предпоставки за нововъведения и усъвършенстване на театралната структура. Театралната реформа в България е дълъг процес, който започва още пред 90-те години. Провеждането на културно-театрална реформа за такъв дълъг период представлява предизвикателство за цялата ни държава. Единственият инструмент за следене на развитието и реформите за момента, до известна степен представляват медиите, които в краткосрочен план предоставят анализи, сравнения и отчети. За съжаление в България един от основните фактори за отразяването на творческото развитие на театъра и неговото качество – театралната критика почти изцяло липсва. Важността от отразяването на тези процеси е подпомагане на запазването на същинската мисия на театъра, а именно да възпитава аудиторията, като налага съвременен стил и предизвиква размисъл за вечните общочовешки ценности и техните съвременни измерения. Същевременно вълнувайки зрителите с интересни постановки, в които всеки може да преоткрие себе си и да придобие представа за минали и настоящи събития, които да обогатяват народната памет и да маркират важните стъпки и моменти в един човешки живот и в живота на една нация. Именно културната журналистика е тази, която освен да представя случващото се в тези среди и да алармира за настоящите проблеми, трябва да поддържа двустранен диалога между него и аудиторията и да ѝ припомня мисията му и необходимостта от съществуването на театъра, като вид изкуство, а не като „бизнес“. Възможността за представяне на модели на театрален живот от други страни посредством медиите може да бъде от голяма полза за развитието на българското театрално общество, но за съжаление такова все още отсъства в статиите.

Сценичните изкуства са изправени пред предизвикателствата на динамично развиващата се и модернизираща околна среда ежедневно. Именно това създава предпоставки за нововъведенията и усъвършенстването на театралната структура, чиито опити обикновено се реализират чрез реформа. Провеждането на такъв тип дейност прави културата зависима от пазара и събужда въпроси за подкрепата и финансирането от държавата за сценичните изкуства. Застрашаването от преобразуването на осем театрални сцени в „открити“ предизвика силно възмущение и създава поредния голям скандал в обществеността с широк отглас в медиите. Липсата на периодични независими анализи за достигнатите постижения и възникналите проблеми в хода ѝ, спъва отстраняването на пречките и изясняването на цялостната настояща картина относно културните институти.

От направеното изследване може да се обобщи, че в отразяването на протеклите събития най-активни са онлайн медиите и социалната мрежа Facebook. Въпреки опасността театрите да загубят диалога с аудиторията, именно във виртуалното пространство театралите споделят своето мнение, а любителите на изкуството коментират процеса. Печатните медии също активно отразяват случващото се, но за съжаление не разясняват достатъчно ясно за аудиторията понятията и термините свързани с нововъведенията в закона. Цялостното отношение в медиите към театралната реформа е негативно, което сигнализира за сериозни проблеми в дългия процес на реформата. Дискусиите и коментарите по темата много често стигат до крайности в изказванията си. Медиите имат възможността да бъдат по-независими и още по-активни в отразяването, като по този начин да служат, като точен показател за случващото се. Културата не е конкурентна на пазара и нейната цел не е реализирането на печалби, а възпитаването на културните ценности, които трябва да бъдат съхранявани и популяризирани

сред публиката, защото чрез сценичните изкуства държавата обогатява хората духовно.

Друг анализиран случай са фестивалите като най-важната институция за оценка на изкуството в областта на музиката. Проследена е историята и развитието на различни музикални събития с цел по-ясно представяне на ролята на културната журналистика в онлайн пространството. Наблюдава се състоянието на музикалните издания и рубрики, развитието на музикалните фестивали в България и процеса на подготовка и отразяване на музикалните събития. Пренасочването на вниманието на читателите от печатни издания към уеб базирани сайтове, както и безспорната свобода, която дава като цяло виртуалното пространство със своите безгранични размери за отразяването на културата, води до силно стесняване на музикалните рубрики в масовите издания.

Новите медии освен, че предоставят непрекъснато обновяваща се информация, формират пространство, в което всеки потребител може да качва, споделя и коментира с останалите участници, но също така да има достъп и до архиви от песни и албуми, музикални биографии, ревьюта, репортажи от концерти и др. Стагнацията на пазара за изкуствата и културни продукти, ограничаването на държавното финансиране за изкуство и култура, както и редица неблагоприятни фактори водят до пълния крах и изчезването на почти всички музикални специализирани печатни издания от българският пазар. Наличните за масовата аудитория списания за популярна музика, които обхващат различни музикални стилове, са закрити.

Представена е историята и реализацията на музикални фестивали с международно участие у нас като „Sofia Rocks” и „Spirit of Burgas”. Проследена е подготовката и отразяването на музикални събития започвайки още от подаване на заявка за акредитация. Аудиторията трудно

може да получи реална представа от медиите за повечето музикални събития като цяло, поради основно положителните оценки в материалите и отразяването на хубавите страни на концертите. До голяма степен причината за това се крие в затворения кръг между журналистите и организаторите, който изисква положителни мнения от едните, за да бъдат допуснати на следващото организирано събитие от страна на другите. Често наблюдаван момент е, че съдържанието на много от статиите се изчерпва с чисто информационната част от събитието – изброяване на изпълнените песни и броя на присъстващите хора.

Също така е проследено отразяването на музикалните фестивали във виртуалното пространство, където по-голямата част от младата аудитория се информира. Сред посочените проблеми, за които медиите могат да алармират обществеността и по този начин да се опитат да бъдат обективни и в полза за развитието на музикалната среда в България, са:

- липсата на държавна подкрепа и финансиране на творческите сектори;
- дейността на граждански организации подкрепящи музикалното изкуство и развитието му;
- липса на актуални имена изпълнители, които са от съществено значение за привличане на аудитория и извън страната ни;
- прохождащата фестивална култура;
- липсата на превод на чужди езици на българските фестивални сайтове;
- регулация на цените на билетите спрямо пазара;
- лошата организация – късното обявяване на участниците, организацията по време на самото събитие и др.

Фестивалите са най-важната институция за оценка на изкуството днес, в частност музикалните фестивали за оценка на музикалното изкуство. Чрез

изпълненията на живо българската аудитория има възможността не само да се докосне до звезди от световната сцена, да направи собствена преценка и сравнение, но и чрез тяхното въздействие да се обогати по два начина – музикално и културно.

Отразяването на различните процеси във формите на културата, като театралната и музикалната, предоставят ярки примери за интереса на аудиторията към изкуството и за важната роля на медиите в неговото популяризиране. Изправени пред предизвикателствата на бързо развиващата се и модернизиратата се околна среда ежедневно се създават условия за нововъведения и усъвършенстване, както на изкуствата и така и на тяхното отразяване. От проследените събития се наблюдава най-голяма динамика от страна на онлайн медиите и социалните мрежи, чрез които класическите произведения намират отново диалог със своите почитатели. Именно чрез тях културните журналисти започват все повече да използват възможността предоставена от дигиталната среда за предаване на живо, чрез стриминг. Това е една тенденция, която прави сериозна заявка да повтори невероятния успех, който радиото и телевизията са създали през изминалия двадесети век, даващи своите промени върху обществения живот чрез нови измерения на случващото се.

Проведената анкета потвърждава още веднъж тезата, че културната журналистика преминава към лайфстайл журналистиката, като в данните, онлайн средбата се посочва като предпочитано място за информиране, а на първо място по посещаемост са поставени информационните сайтове, на второ развлекателните и на трето културните. Наблюдава се *все по-приобщаваща концепция за културна журналистика*, включваща определението за *културата като „начин на живот”*, която обединява освен различни видове етика, ценности, творчество, така и много тематични области като архитектура, изкуство, хуманитарни науки, литература, танци,

театър, музика, кино, мода и др. Тази тенденция привлича повече последователи, но същевременно в някаква степен *изкривява разбиранията за културни новини и замъглява границите между културната и развлекателната журналистика.*

Чрез новите средства аудиторията получава досег до все по-многобройни медийни източници, което способства за предоставяне на своевременна информираност, не само за случващото се тук, но и по света чрез новините, които служат и като *контакт с различни видове култури и произведения на изкуството.* Свободният достъп до огромен обем от разнообразни тематики, съпътстван с увеличаването на скоростта и обхвата на разпространение, в известна степен спомага за развитието на ценностите, като обогатява и развива собствената култура под въздействието на процесите на глобализацията. С популяризирането на различните видове изкуство медиите стават носители на глобалното единство и се изправят пред предизвикателството при отразяването на тези събития, да запазят своята специфика и автентичност. Културните журналисти могат да обогатяват каноните, обичаите и нравите, както на локално ниво, така и от световен културен аспект. За съжаление често те не наблягат на тези средства, а се превръщат в проводници на чужди произведения, все по-често от масов характер, отколкото от висок ранг.

Проследените тенденции за развитието на културната журналистика във *все по-свиващия се медиен пазар и въздействието на кризата* в тази област са сред основните причини за нейната трансформация и поставянето на развлечението, като една от основните ценности в разбиранията на аудиторията, е сред предпоставките за нейната ориентация към лайфстайл журналистиката.

Кризата в културната журналистика е наблюдаван процес през последното десетилетие, както в България, така и в международен план.

Ограничаването на културните новини дава отражение както върху читателите и журналистите, а също така и върху културните институции, артистите, художниците, писателите и хората в сферата на културата. Онлайн средата с многобройните си възможности, които предоставя на културната журналистика, е сред основните способи за нейното бъдещо развитие.

Обобщени резултати от изследването

Проучването на различни случаи и събития от областта на културата показва, че аудиторията е по-активна в онлайн средата и именно от нея предпочита да се информира.

Емпиричното изследване върху специализираните културни медии показва следните резултати:

1. По-широкият набор от теми, които се отразяват и наличието на голямо количество развлекателни такива;
2. Промяна в тематичния обхват при отразяването на културни събития посредством навлизането на социални теми;
3. Отсъствието на по-задълбочени аналитични текстове и изследвания;
4. Отсъствието на критични текстове;
5. Основно наличие на кратки информационни текстове, характерни за онлайн медиите с опростен изказ, с цел привличане на по-голяма аудитория;
6. Липсата на цензура спомага съответните статии да бъдат „огледало” на своите автори;
7. Намаляване на професионализма в културните отдели, поради отсъствието на журналисти с необходимите познания в областта. Сред

основните причини е настъпилата криза в бранша и масовото навлизане на обикновени потребители създаващи съдържание.

Основни изводи

Дисертационният труд изследва и анализира процесите и причините на трансформацията в културната журналистика и нейната ориентация към по-общото понятие - лайфстайл журналистика.

Промяната, която се наблюдава в журналистиката отразяваща културния сектор е продиктувана от *вътрешни* и *външни* фактори – от една страна все по-засиленото присъствие на онлайн медиите и предпочитанията на българската аудитория да използва възможностите, които те им предоставят, за да се информира посредством тях. А от друга страна икономическият трус, който налага криза в бранша, вследствие на която настъпват масови съкращения в културните ресори, както и въздействието на глобализацията.

1. Анализът на развитието на културната журналистика при преминаването ѝ в онлайн средата, който е реализиран посредством разгледаните медии, конкретни случаи и практики, както и чрез проведени интервюта с културни редактори и журналисти, показва новите концепции за бъдещето на културната журналистика и дава основание да се направи заключението, че именно *дигиталната среда* е мястото, където тя може да *възобнови диалога* със своята аудитория и да привлече и изгради нова такава.

2. Емпиричното изследване установява посоката на развитието на културната журналистика чрез отразяването на по-богат спектър от теми и чрез промяна на фокуса и начина на самото отразяване на събития, като се констатира наличието на все по-голямо количество лайфстайл новини.

3. Проследените процеси като кризата, глобализацията, технологичното развитие и др., представят най-новите тенденции за развитието на културната журналистика, която еволюира с цел да отговори на новите предпоставки и изисквания.

4. Посредством анкетните проучвания и анализирани представителни статистики са установени предпочитанията на аудиторията за начините, по които желае се информира, както и за нейните интереси и очаквания.

5. Представена е моментна и текуща снимка на състоянието на културната журналистика в българските онлайн медии. Констатациите в нея могат да бъдат полезни, като поставят на дебат бъдещите посоки за развитие и медийно отразяване на културни събития, както и възможността да се провокира професионален диалог между журналистите.

Приноси на дисертационния труд

1. Дисертационният труд представлява пръв опит в българското научно пространство да се дефинира наличието и проявленията на нов етап в развитието на културната журналистика и да се систематизират ключови процеси и тенденции в периода на преминаването ѝ към онлайн средата.
2. В настоящето изследване са интерпретирани и анализирани най-новите, необхванати досега от български и чужди изследователи, концепции за развитие на културната журналистика, както и най-нови публикации в научната литература на английски и други чужди езици;

3. Разгледаните фактори и процеси, като глобализацията, кризата и др., датират нов етап в развитието на културната журналистика, което е подкрепено с представителното изследване реализирано от агенция за медийни анализи, чрез което се визуализира отразяването на театралната реформа;
4. При разработването на изследователския проблем за трансформациите, които настъпват в културната журналистика, вследствие на появата на онлайн средата, факторите, които ѝ въздействат и новите очаквания на аудиторията, са представени и научни концепции за посоките на развитие на културата, съответно и за отразяващата я журналистика. Разгледаното медийно отразяване на теми от областта на културата представя променения начин на представяне на събития чрез различни мултимедийни приложения и промяната в стила на писане, както и отсъствието на по-задълбочени аналитични и критични текстове. Наблюдава се и промяна в начина на събиране на новините посредством социалните мрежи и възможностите предоставени от новите технологии;
5. Чрез проведените собствени, индивидуални интервюта с културни журналисти, преки наблюдения, както и емпирично проучване на теми, медии, събития и случаи, се определят новите етапи в развитието на културата и появата на дигиталната среда, които съвпадат с нов етап в развитието на културната журналистика. Включени са и две непредставителни изследвания, в които се анализират потребностите и възможностите на аудиторията да се информира. В желанието си да отговори на новите изисквания, наложени от аудиторията, тя започва да се ориентира към лайфстайл журналистиката. Наблюдава се промяна в тематичния

- обхват при отразяването на културни събития посредством навлизането на развлекателни и социални теми;
6. Анализът на случаите, разгледаните културни медии и събитията осветляват сериозните проблеми, свързани с професионалното отразяване на теми в областта, почти пълното отсъствие на анализи и критика, преобладаващото наличие на развлекателни теми и заниженият стил на изказ. Разгледаните процеси представят и богатите възможности, които предоставя онлайн пространството на културната журналистика и посредством, които може да бъде подобрена работата на културните журналисти. В този смисъл изследването може да стане повод за научен дебат – какви са положителните посоки на развитие в българските културни медии. Както и повдига по-общо въпроса за промяната на ценностите, поради факта, че основната идея на културната журналистика е изместена от преобладаващото количество лайфстайл съдържание.
 7. Изследването формира негативната представа, че вследствие на кризата в бранша намалява професионализмът в културните отдели, поради отсъствието на журналисти с необходимите познания в областта. Същевременно се променя ролята на аудиторията - потребителите, освен равен участник в двупосочния процес, получават глас, автономно изразяване на мнение по различни теми и започва да генерира собствено съдържание.

Културата обхваща множество от значения, сред които националната памет, характеристиките, с които се отличава всяко общество, индивидуализма, ценностната система и личния мироглед. Посредством културната журналистика аудиторията получава възможността да се докосне до нея, свобода да изгради и развие художествен вкус, да се

доближи до творческите достижения и идеали, посредством които да получи вдъхновение за бъдещо персонално развитие и нейното опазване трябва да бъде *мисия на всеки един от нас*.

Публикации по темата в национални научни издания

1. Титова, Е., Международната музикална сцена в България, Медиите на 21 век, 27.06.2016, Достъпно на адрес:

<http://www.newmedia21.eu/analizi/mediite-i-mezhdunarodnata-muzikalna-stsena-v-balgariya/>

2. Попова, М., Титова, Е., Иванович, Б., Реформи и социална промяна. Ролята на онлайн медиите при изграждането на дневния ред на българското общество, С., Авангард прима, 2016, Достъпно на адрес:

http://www.newmedia21.eu/content/2015/11/Reformi_i_socialna_promiana.pdf

3. Титова, Е., Пирати в мрежата – интелектуален обир или право на достъп до култура?, Медии и обществени комуникации, бр.30, януари 2017, Достъпно на адрес: <http://media-journal.info/?p=item&aid=323>

4. Титова, Е., Блоговете за култура в българското онлайн пространство, Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски”, 2017, С., УИ „Св. Климент Охридски”, с. 225-239

5. Титова, Е., Глобално vs глокално в културната журналистика// Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски”, 2018, С., УИ „Св. Климент Охридски”, с. 343 - 354

6. Титова, Е., Ефективен мениджмънт за независими медии// Медии и обществени комуникации, бр.35, април 2018, Достъпно на адрес:

<http://www.media-journal.info/?p=item&aid=359>

7. Титова, Е., Онлайн нагласи към потреблението на културни новини, Златанов, Б. (ред.) Медии и журналистика – професионалните стандарти между властта и парите. Ефективен мениджмънт на независима медия (под печат)

Участие в научни проекти и конференции

1. Изследователски проект на тема „Реформи и социална промяна. Ролята на новите медии при изграждането на дневния ред на българското общество“ с научен колектив – доц. д-р Мария Попова (ръководител на проекта), Екатерина Титова и Боян Иванович (редовни докторанти). Период на провеждане: 25.04.2016 – 10.12.2016, ФНИ на СУ „Св. Кл. Охридски“, №17/2016

2. Участие в Националната научна конференция „Медии и журналистика - професионалните стандарти между властта и парите. Ефективен мениджмънт на независима медия”, 11.05.2018 г.

Преподавателска дейност

Преподавател на факултативната дисциплина „Визуална култура в онлайн пространството”, която се проведе през летния семестър на учебната 2017/2018г.