



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

КАТЕДРА „МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“

КАТЕДРА НА ЮНЕСКО „МЕДИЙНА И ИНФОРМАЦИОННА
ГРАМОТНОСТ И КУЛТУРНИ ПОЛИТИКИ ЗА УСТОЙЧИВО
РАЗВИТИЕ

Район „Студентски“, ул. „8-ми декември“ № 19, 1700 София
unwemedia.com • media@unwe.bg • +35928195370



Резюме на публикациите

на асистент д-р Весислава Христова Антонова

За участие в обявения конкурс за заемане на академична длъжност „главен асистент“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност „Медиен и рекламен пазар“, обнародван в **“Държавен вестник”**, бр.65 от 08.08.2025 г.

София, 2025 г.

Ръководител катедра:
доц. д-р Мария Николова
mnikolova@unwe.bg

Научен секретар:
гл. ас. д-р Иван Вълчанов
valchanov@unwe.bg

Адм. секретар:
Ивайла Николова
ivaila_nik@unwe.bg

ABSTRACTS OF ACADEMIC PUBLICATIONS

Assistant Professor Vesislava Hristova Antonova, PhD

For participation in the competition announced for acquiring the academic position Chief Assistant in professional field 3.7. Public Communications and Information Sciences, scientific specialty "Media and Advertising Market", published in the **State Gazette, Issue 65 of 08.08.2025**

Sofia, 2025 г.

- I. **Група „Ж“, Точка 22** - Статии и студии, индексирани в Scopus и/или Web of Science, публикации в научни списания.

1. **Challenges and Opportunities for Journalism in the Bulgarian COVID-19 Communication Ecology** (2024 статия ISSN (online): 1751-2786)
Библиографско описание: Trifonova-Price, L., & Antonova, V. (2024). Challenges and Opportunities for Journalism in the Bulgarian COVID-n Ecology. Journalism Practice, 18(1), 119–136. URL: <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2118154> **Автори:** VESISLAVA HRISTOVA ANTONOVA, Lada Trifonova-Price
Индексирания: SCOPUS и Web of Science

ABSTRACT

The coronavirus pandemic brought immense challenges to journalists worldwide, including new threats to media freedom, journalism safety and practice. The impact of the pandemic on journalism is yet to be fully understood and examined but this paper contributes to the field by focusing on the impact of the COVID-19 health crisis on the media in countries with democratic deficits, such as Bulgaria. Studies on former Eastern bloc countries have become few and far between recently so this research aims to fill this gap by examining how the coronavirus pandemic and associated restrictions have impacted journalism practice in Bulgaria and how journalists, and independent media organisations responded and adapted to the pressures in 2020. Our findings from semi structured interviews with media practitioners show that it is the independent media that has borne the brunt of the crisis. In addition to existing challenges to press freedom, many Bulgarian journalists encountered new limits to their daily practice in reporting on a topic of significant public importance.

KEYWORDS: COVID-19, pandemic, communication ecology, Bulgaria, fragile democracy, press freedom, journalism, independent media

РЕЗЮМЕ

Пандемията от коронавирус постави огромни предизвикателства пред журналистите по целия свят, включително нови заплахи за свободата на медиите, безопасността и практиката на журналистиката. Въздействието на пандемията върху журналистиката все още не е напълно разбрано и проучено, но тази статия допринася за областта, като се фокусира върху въздействието на здравната криза,

предизвикана от COVID-19, върху медиите в страни с демократичен дефицит, като България. Проучванията за бившите страни от Източния блок са станали малко на брой напоследък, така че настоящото изследване има за цел да запълни тази празнина, като разгледа как пандемията от коронавирус и свързаните с нея ограничения са повлияли на журналистическата практика в България и как журналистите и независимите медийни организации са реагирали и се адаптирали към натиска през 2020 г. Нашите заключения от полуструктурирани интервюта с медийни специалисти показват, че независимите медии са понесли най-тежкия удар от кризата. В допълнение към съществуващите предизвикателства пред свободата на печата, много български журналисти се сблъскаха с нови ограничения в ежедневната си практика при отразяването на теми от значителна обществена важност.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: COVID-19, пандемия, комуникационна екология, България, крехка демокрация, свобода на печата, журналистика, независими медии

II. Група Ж, Точка 23 - Статии и студии, индексирани в други международни бази данни с научна информация, публикувани в научни списания

2. Антонова, Весислава, 2025 **“Културните теми във водещите български телевизии. Защо е важно да ги има и каква е ролята им в обществения дебат?”** Публикуван: 2025-06-20 (онлайн), URL: [Бр. 17 \(2025\): Медийни влияния, алгоритми, култури](#)

РЕЗЮМЕ

Текстът се фокусира върху важността на културното съдържание и присъствието му във водещите български телевизии. Защо има смисъл да му се отделя специално място? Какви са приносите на културата за обществения живот и диалога. Културата на дебата, културните постижения, образците на високото изкуство са ключови за изграждането на критично мислене, основен фактор в битката с дезинформацията и пропагандата. Текстът описва какви могат да са ефектите от изчезването на културното съдържание във водещите български телевизии и как това рефлектира върху нивото на публичния разговор.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: медиен пазар, рекламен пазар, критично мислене, аудитория

ABSTRACT

The text focuses on the importance of cultural content and its presence on leading Bulgarian television channels. Why is it important to give it special attention? What are the contributions of culture to public life and dialogue? The culture of debate, cultural achievements, and examples of high art are key to building critical thinking, a major factor in the battle against misinformation and propaganda. The text describes the possible effects of the disappearance of cultural content from leading Bulgarian television stations and how this reflects on the level of public discourse.

KEYWORDS: media market, advertising market, critical thinking, audience

III. Група 3, Точка 24 - Доклади, публикувани в сборници от научни конференции

1. Антонова, Весислава. *Нежелана прозрачност*. В сборник: Медиите в България: 25 години по-късно. Изд. Нов български университет, стр. 165-169, URL: <https://bookshop.nbu.bg/bg/books/view/mediite-v-bylgariq-25-godini-po-kysno-nacionalna-nauchnoprakticheska-konferenciq-sbornik-systav-i-nauch-red-rajna-nikolova>

РЕЗЮМЕ

Преди пет години Съюзът на издателите поиска собствениците на медии да се регистрират в началото на всяка година. Основният аргумент тогава беше, че обществото трябва да знае какви интереси защитават те.

Дълго време България беше единствената страна в Европейския съюз, в която нямаше нормативна уредба, която да гарантира прозрачността на медийната собственост и проследяването ѝ до физическо лице. В края на 2010 г. Народното събрание прие поправка в Закона за задължителното депозирание на печатни и други произведения (ЗЗДПДП) (1), която да осветлява собствеността в печатните медии. В него бе въведено изискването издателите на периодични печатни произведения (вестници и списания) да подават декларация по образец в Министерството на културата (МК) (2), която идентифицира действителния собственик на изданието.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: медии, медиен пазар, собственост, законодателство

ABSTRACT

Five years ago, the Publishers' Association requested that media owners register at the beginning of each year. The main argument at the time was that the public should know what interests they were protecting.

For a long time, Bulgaria was the only country in the European Union that did not have legislation to ensure the transparency of media ownership and its traceability to a natural person. At the end of 2010, the National Assembly adopted an amendment to the Law on Mandatory Deposit of Printed and Other Works (LMDPW) (1) to shed light on ownership in the print media. It introduced a requirement for publishers of periodical printed works (newspapers and magazines) to submit a standard declaration to the Ministry of Culture (MC) (2) identifying the actual owner of the publication.

KEYWORDS: media, media market, ownership, legislation

III. Група 3, Точка 24 - Доклади, публикувани в сборници от научни конференции

2. Антонова, Весислава. *България и Европейският съюз 10 години по-късно. Какво (Не) постигнахме?*, в сборник: България и Европейският съюз 10 години по-късно. Какво (Не) постигнахме?, с.66-74 [7732], URL: [Сборник с доклади България и ЕС](#)

ABSTRACT

The media is one of the important instruments of democracy. Without its freedom, democracy could not exist. In this respect the fact that in 2017 Bulgaria is ranked 109 (out of 180 countries) in the World press freedom index of Reporters without borders raises a lot of concerns. Bulgaria is the champion in Europe in bad performance of media freedom, with only three countries _ Macedonia (111), Russia (148) and Turkey (155) being worse off in this respect. The media does not only guarantee political pluralism and transparency, but also provides tools for well-working society and, when necessary, transforming it. Nowadays it is the quality media which ensures all that _ and quality media is in serious crisis. For many years the threat for the media in Bulgaria comes from two directions _ from politics and from the market. Those two factors lead to deformations in the media practices and show real risks about the kind of the publicity and functioning of the democracy. Formally, the media is free from political guardianship, but the last ten years gave us enough conspicuous examples to warrant scepticism and even assure us that media and politics penetrate each other. There are

hidden connections and covert commitments, hidden from- the citizens. The danger of manipulating the public opinion stems from another threat generated by the dependency of the media on the market. Media outlets develop appropriate market strategies to guarantee financial security and survival of the media, which often puts them in an independent position.

KEYWORDS: media, freedom of speech, property, European Union, media market

РЕЗЮМЕ

Медиите са един от важните инструменти на демокрацията. Без тяхната свобода демокрацията всъщност не би могла да съществува. В тази връзка фактът, че през 2017 г. България заема 109-то място (от 180 държави) в Световния индекс за свобода на пресата на „Репортери без граници“, буди сериозна загриженост. България е шампион в Европа по лоши резултати в областта на свободата на медиите, като само три държави – Македония (111), Русия (148) и Турция (155) – са в по-лошо положение в това отношение. Медиите не само гарантират политически плурализъм и прозрачност, но и предоставят инструменти за добре функциониращо общество и, когато е необходимо, за неговата трансформация. Днес всичко това се осигурява от качествените медии, а качествените медии са в сериозна криза. От много години заплахата за медиите в България идва от две посоки – от политиката и от пазара. Тези два фактора водят до деформации в медийните практики и показват реални рискове за публичността и функционирането на демокрацията. Формално медиите са свободни от политическа опека, но последните десет години ни дадоха достатъчно явни примери, които оправдават скептицизма и дори ни уверяват, че медиите и политиката се проникват взаимно. Има скрити връзки и тайни ангажименти, скрити от гражданите. Опасността от манипулиране на общественото мнение произтича от друга заплаха, породена от зависимостта на медиите от пазара. Медийните компании разработват подходящи пазарни стратегии, за да гарантират финансовата си сигурност и оцеляване, което често ги поставя в зависимо положение.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: медии, свобода на словото, собственост, Европейски съюз, медиен пазар

III. Група 3, Точка 24 - Доклади, публикувани в сборници от научни конференции

3. Антонова, Весислава. *Журналисти по теория. Журналисти на практика*. ИК "Горекс прес", 2006 г. с. 144-147 [7733], URL: [Доклад на Весислава Антонова](#)

РЕЗЮМЕ

За разлика от теоретиците практиците имат по-ясно различима трибуна — медията (телевизия, радио, вестници, интернет...). Нещо повече. Работата на практиците се осмисля през трибуната, защото тя им дава необходимата публичност и засилва усещането, че са посредник между институциите, бизнеса и аудиторията. Практиците използват медиите, за да могат през тях да анализират, оценяват, обясняват, интерпретират и критикуват. Някои дори манипулират. Интересното е, че и теоретиците използват научните си конструкции и специфична трибуна за същото. (Разликата е в крайния ефект и степента на влияние върху потребителите.) Практиците създават темите на теоретиците и така едните не могат без другите. Практиците по принцип се учат от грешките си, а не чакат теорията да им ги покаже. Журналистът е динамичен, няма възможност да разтегля работата си във времето, ценна му е всяка минута. За журналиста практик е важно пръв да съобщи информацията. При теоретика подобно съобразяване не е необходимо. За практиците е важно да знаят за кого точно пишат и към кого е адресирано посланието им. За теоретиците по-важно е текстът им да бъде оригинален, защото полето им на конкуренция е друго.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: теоретици, журналисти, качествено съдържание, медии, медиа критика

ABSTRACT

Unlike theorists, practitioners have a more clearly distinguishable platform—the media (television, radio, newspapers, the Internet, etc.). What is more, the work of practitioners is given meaning through the podium, because it gives them the necessary publicity and reinforces the feeling that they are mediators between institutions, business, and the audience. The work of practitioners is given meaning through this platform because it gives them the necessary publicity and reinforces the feeling that they are mediators between institutions, business, and the audience. Practitioners use the media to analyze, evaluate, explain, interpret, and criticize. Some even manipulate. Interestingly, theorists also use their scientific constructs and specific platform for the same purpose. (The difference is in the ultimate effect and degree of

influence on consumers.) Practitioners create the topics for theorists, and thus one cannot do without the other. Practitioners learn from their mistakes rather than waiting for theory to show them. Journalists are dynamic; they cannot stretch their work out over time, and every minute is precious to them. For practicing journalists, it is important to be the first to report the information. For theorists, such consideration is not necessary. It is important for practitioners to know exactly who they are writing for and to whom their message is addressed. For theorists, it is more important that their text be original, because their field of competition is different.

KEYWORDS: newspapers, journalists, quality content, media, media criticism