



## ПРОГРАМА

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление  
3.5. Обществени комуникации и информационни науки

**Медии и комуникации - Онлайн журналистика и комуникация**

2024/2025 г.

1. Еволюция на дигиталната комуникация. Предпоставки за възникване на компютърно опосредстваната комуникация. Дигитализация, децентрализация, глобализация. Концептуализация, дефиниции, типология на дигиталната комуникация. Комуникационни модели – дигитален скок от модела „един към много“ до „много към много“. Технология на Интернет-базираното общуване. Уеб 1.0-Уеб 5.0 – от статичния до симбиотичния уеб. Нови знания, професии, организация на работа и достъп до информация.
2. Нова парадигма на комуникационните теории – междуличностна, групова, масова и компютърно опосредствана комуникация. Промяна на контекста на комуникацията. Класификация на формите по скалата синхронност-асинхронност. Безличностна, междуличностна и хиперличностна компютърно опосредствана комуникация.
3. Онлайн проучвания и събиране на новини. Търсачки и търсене на данни. Изследване на дълбокия уеб. Инструменти за достоверност и проверка на информацията. Алгоритми за филтриране на информация. Машинно обучение (Machine learning), изкуствен интелект и добавена реалност като инструменти за промяна на персоналното и публичното.
4. Дигиталната комуникация и масмедииите. Характеристики на дигиталните медии. Трансформация на масовокомуникационния модел в компютърно опосредствана среда: вид, характеристика и елементи. Специфики на интерактивните медии. Влияние на новите върху традиционните медии – “старите” медии в дигитализирания свят и “новите” медии. Конвергенция на печатни, електронни и онлайн медийни форми.
5. Дефиниране, история, същност и характеристики на онлайн журналистиката. Промяна в комуникационния поток, обратната връзка, ролята и демографията на аудиторията, времето и процеса на комуникация. Новите роли на журналиста и аудиторията в условията на онлайн среда.
6. Аналози на традиционните медии в Интернет. “Електронните” и “печатните” медии в Интернет. Специфики на представяне на информацията - съдържание, подходи и форми за медийно представяне, характеристики, дизайн, начини за разпространение, персонализиране. Онлайн вестници, радио, уеб телевизия, новинарски сайтове. Подкасти, водкасти и стрийминг. Влог индустрията.
7. Създаване на съдържание за уеб медии. Алгоритъм за изграждане на Интернет новина – нелинейно наративно писане, разделяне на блокове, принцип на обърнатата пирамида и навигационна структура. SEO оптимизация. Дигитален сторителинг. Визуалният разказ.
8. Родените в уеб медийни сайтове – новинарски, специализирани, аналитични, информационни агенции. Хипермедия и крос-медии. Журналистика 3.0 – изкуствен интелект и добавена реалност. Дейта, технологична, научна и робо журналистика.

9. Генезис на социалните мрежи и медии. Гражданска журналистика в Интернет. Ние-медията или журналистика на гражданите. Модели на отворена и затворена онлайн журналистика. Трансформация на комуникационния модел – размяна на ролите на публиката и професионалните комуникатори. Възходът на инфлуенсърите. Социалните мрежи – инструмент за гражданска мобилизация, разрушаване и издигане на граници. Онлайн активизъм и слактивизъм – кауза, бизнес или имитация на социална ангажираност.
10. Онлайн журналистическа етика – етика на използване на хипервръзки; културни, етични и социални аспекти на нет-писането. Фалшиви новини и пост-истина. Дигиталната грамотност и медийната неграмотност. Рисковете и възможностите в ерата на свръхинформацията.
11. Лингвистични изследвания на текста в дигиталната комуникация. Езикът през клавиатурата – нова форма на езиков дискурс. Монологичен и диалогичен текст. Сравнение между лице-в-лице и дигиталната текстово-базирана комуникация. Психолингвистични особености на компютърният език. Компесаторни езикови механизми – емотикони, емоджита, стикери, компютърен сленг, абривиатури, мемега.
12. Компютърна виртуална реалност – видове. Многопотребителски пространства. Виртуалното преживяване – факт или фикция, ниво на фантазност и реалност. Интеграционен принцип на онлайн и офлайн опитностите. Метафизика на виртуалното пространство. Взаимоотношения и взаимодействия в киберпространството – човек-човек, човек-компютър. Антропоморфизиране и технологизиране. Управление на идентичността в дискурса на дигиталната комуникация.
13. Психологически характеристики на киберпространството – трансценденталност на времето и пространството, редукция на самосъзнанието, ограничени/разширени сетивни преживявания, алтернативни състояния на ума. Психология на индивида в киберпространството. Пристрастяване, обесивно-компулсивно поведение и девиации в киберпространството – нова патология или медийна хипербола?
14. Онлайн общности. Принципи на формиране и функциониране, вътрешногрупови процеси – деиндивидуализация, колективна халюцинация, език на омразата и др. Оптимистични и песимистични теории за бъдещето на виртуалните общности – реинтеграция или атомизация.
15. Негативни явления във виртуалното пространство. Възможни социално-психологически ефекти от дигиталната комуникация. Виртуалната реалност – заместител или бягство от живота? Деперсонализация и хиперперсонализация – разширение на комуникацията лице-в-лице. Алиенация и дехуманизация. Нетикет и защита на информацията. Компютърна субкултура, поведение без задръжки, насилие.

## Библиография

### Основна литература:

1. АНГОВА, С., ЦАНКОВА, С., ОСИКОВСКИ, М., НИКОЛОВА, М., ВЪЛЧАНОВ, И., КОЛАРОВА, М. и др. (2019). *Картографиране на дигиталното медийно съдържание. Практики за създаване на нов медиен наратив*. София: Издателски комплекс – УНСС
2. БЕЛОГУШЕВА, Г., ТОМС, Ж. Първите в българския Интернет. С., Сиела, 2003
3. ВЪЛКАНОВА, В. Дизайн на вестника. (Традиционни, хибридни и онлайн емисии на пресата). ФЖМК, С., 2008
4. ВЪЛКАНОВА, В.. (2019). *Медии & уеб дизайн: Култура и функционалност на онлайн комуникацията*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“
5. ДАНОВ, Д. (2020). *Медийната грамотност: преосмисляне на опита*. София: УИ „Св. Климент Охридски“
6. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Еволюция на човешката комуникация и медиите. // Год. СУ “Св. Кл. Охридски”. Фак. по журналистика и масова комуникация, т. 11, 2004, с. 7-37.
7. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. *Онлайн журналистика. (Медиите в дигиталния свят)*, С., Университетско издателство “Св. Кл. Охридски”, 2012. – 864 с.
8. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Ние-медията или журналистика на гражданите. Годишник на Софийския университет “Св.Кл. Охридски”, С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 13, 2006, с. 35-47
9. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. (2001). *Увод в компютърно-опосредстваната комуникация*. София: УИ „Св. Климент Охридски“
10. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Дигитални медии. Годишник на Софийския университет “Св.Кл. Охридски”, С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 12, 2005
11. Дигиталните медии. Речник на основните понятия. ФАБЕР – В. Търново, 2012
12. ЕФТИМОВА, А. Медиен език и стил: теория и съвременни практики – София: УИ „Св. Климент Охридски”, 2014. – 311 с.
13. ЗЛАТАНОВ, Б. (съст.). (2019). *Медии и журналистика – професионалните стандарти между властта и парите/Сборник в чест на проф. дсн. Петранка Филева*. София: Факултет по журналистика и масова комуникация
14. ЛЕВИ, П. Кибердемокрацията. – Литературен вестник, № 8, 27 февр.-5 март 2002.
15. МАЙЕР, Кл. (издател) 2002, Интернет журналистика. Интернет насоки за нова медия. Констанц
16. МАРИНОВ, В. *Мултимедийният нюзрум в България*. ФАБЕР – В. Търново, 2012
17. МИХАЛЕВ, И. *Вестникът в епохата на интернет*. ФАБЕР – В. Търново, 2011
18. НИЛСЕН, Я. (2005). *Web дизайн. Ръководството на Якоб Нилсен*. СофтПрес, С.
19. НЯГОЛОВ, Т. Феноменът, наречен подкастинг. [<http://www.computers.bg/index.php>] (20 окт. 2005).
20. ПЕЙЧЕВА, Д. & МИЛЕНКОВА, В. (2017). *Дигитализация и социални трансформации*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски“
21. ПЕШЕВА, М., ПЕТРОВ, М., ПОПОВА, М. (2012). *Дигиталните медии. Речник на основните понятия*. Велико Търново: ФАБЕР
22. СИМЕОНОВА, Л. (2020). *Революцията на инфлуенсърите*. Велико Търново: . ФАБЕР
23. СЛАВОВА, Р. (2016). *Журналистическите жанрове в онлайн средата - нива и типологизация на трансформации*. В: Годишник на СУ „Св. Климент Охридски”, Факултет по журналистика и масова комуникация, бр. 1/2016, стр. 95-104
24. ФИЛЕВА, П. Крос-медията: инструмент за оптимизиране на предлагането в медийния бизнес. Медии и обществени комуникации, Брой 1 / Декември 2008
25. ХАЙНК, С. 2002, Текстове за уеб. Основи и практическо знание за онлайн редактори. Хайделберг <http://www.texten-fuers-web.de>

26. ХОФАКЪР, Г. 2004, Онлайн журнализъм. Писане и оформяне за интернет. Ръководство за образование и практика, второ издание, напълно ново преработено, Мюнхен  
<http://www.onlinejournalimus.org>

Допълнителна литература на български език:

1. АНГОВА, С., ВЪЛЧАНОВ, И. (2020). *Автоматизираната журналистика между човека и технологиите*. В: Реторика и комуникации, бр. 42, с. 6-23
2. АХЕГУКЯН, М. & КИРИЛОВА, М. (2019). *Иновативни тенденции в дигиталния маркетинг през 2019*. В: Eastern Academic Journal, Issue 3, с. 57-65
3. БАРАКЯН, Г. & МИЗОВА, Б. (2003). *Феноменът виртуална комуникация и проблемът за патологичното използване на Интернет сред подрастващите*. В: Педагогика, № 1, с. 82-91.
4. БЕЛ, Д., ЛОУДЪР, Б., ПЛИЙС, Н. & ШУЛЪР, Д. (2004). *Киберкултурата: основни концепции*. София: Атика
5. БОНДИКОВ, В. (съст.). (2017). *Комуникацията в дигиталната епоха. Юбилеен сборник в чест на проф. Венцислав Бондигов*. София: Холотера
6. ВАНГЕЛОВ, Н. (2017). *Архетипът за силните и слабите при комуникацията във фейсбук*. В: Годишник на СУ „Св. Кл. Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, том 24, с. 81-90
7. ВАСИЛЕВ, С. (2018). *Медийната дипломация и журналистиката на роботите*. В: Медийна среда, публична и стратегическа комуникация/Сборник с доклади от международен научен форум. София: Издателски комплекс – УНСС.
8. ГРИГОРОВА, Г. (2019). *Развитие на българската подкаст сцена в периода 2014-2019*. В: Медиалог, бр. 6/2019, с. 290-318. Достъпна още на: <https://www.medialog-bg.com/?p=3341>. [Посетена на 28 март 2020]
9. ДАНЕВА, И. Информационното общество в условията на глобализация. Публикувано на 27 ноември 2015 г. от [Newmedia21](http://www.newmedia21.eu), <http://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/informatsionnoto-obshtestvo-v-usloviyata-na-globalizatsiya/>
10. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Еволюция на човешката комуникация и медиите. // Год. СУ “Св. Кл. Охридски”. Фак. по журналистика и масова комуникация, т. 11, 2004, с. 7-37.
11. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Мрежите за общуване в Интернет // Годишник на Софийския университет “Св.Кл. Охридски”, С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 14, 2007, с. 27-51
12. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Стратегии и средства за търсене в Интернет. Годишник на Софийския университет “Св.Кл. Охридски”, С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 15, 2009.
13. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Тенденции в онлайн вестниците: онлайн журналистиката – платена или безплатна? Пъблик рилейшънс, журналистика и медиите в глобалния свят. Юбилеен сборник в чест на проф. д-р Минка Златева, С., 2012, с. 250-261.
14. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Блогът – новата форма на публична комуникация в Интернет. В: Публична комуникация, глобализация и демокрация, ФЖМК, СУ, 2006, с. 187-195
15. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Дигитални медиите. Годишник на Софийския университет “Св.Кл. Охридски”, С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 12, 2005
16. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Социокултурни аспекти на дигиталното общество. сп. “Четвърта власт”, С., Изд. на Отворено общество, 1997, бр. 2, с. 118-124
17. ДИЧЕВ, И. & СПАСОВ, О. (съст.). (2009). *Новите млади и новите медиите*. София: Отворено общество. Достъпна на: [https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/OSI\\_Publication\\_Public\\_debate\\_3.pdf](https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/OSI_Publication_Public_debate_3.pdf). [Посетена на 29 март 2020]

18. ДИЧЕВ, И. & СПАСОВ, О. (съст.). (2011). Нови медии – нови мобилизации. София: Отворено общество. Достъпна на: [https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/OSI\\_Publication\\_Public\\_debate\\_5.pdf](https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/OSI_Publication_Public_debate_5.pdf). [Посетена на 29 март 2020]
19. ЕФТИМОВА, А. (2016). *Двойственият език в медиите: езикът на политическата коректност vs. езика на омразата*. София: Просвета.
20. ЕФТИМОВА, А. Тематична организация на разговора във VoIP приложението Viber. В: *Проблеми на постмодерността (електронно списание)*, 04.05.2020, Том 10, Брой 1, 3-17. <https://doi.org/10.46324/PMP200100>. ISSN 1314-3700 (Online)
21. ЗЛАТАНОВ, Б. (2018). *Социални мрежи и маркетинг на влияние*. В: Медийна среда, публична и стратегическа комуникация. София: Издателски комплекс-УНСС
22. КАР, Н. (2012). Под повърхността. Как интернет влияе върху четенето, мисленето и паметта. София: Инфодар
23. КАРАКОНОВА, М. Уебблог - седмото чудо на Интернет. [<http://www.mediarpool.bgsitesociety200207210001.shtml>] (21 юли 2001).
24. КАСТЕЛС, М. (2004). Възходът на мрежовото общество. София: ЛИК
25. КИРОВА, Л. (2013). *Виртуалните общности и компютърно-опосредстваната комуникация днес. Социалните мрежи*. В: Реторика и комуникации, бр. 9. Достъпна на: [rhetoric.bg/виртуалните-общности-и-компютърно-оп](http://rhetoric.bg/виртуалните-общности-и-компютърно-оп) [Посетена на 29 март 2020]
26. КИРОВА, Л. Електронният форум като жанр на компютърно опосредстваната комуникация, <http://litenet.bg/publish3/lkirova/e-forum.htm>
27. КОВАЧЕВА, Св. (съст.). (2017). *Предизвикателства пред комуникацията в дигиталната епоха (сборник)*. София: Дармон
28. КЪОСЕВ, А. Виртуални общности срещу въображаеми общности. Празници. Четене. Бъбрене. – Електронно списание LiterNet, № 2 (3) (25 февр. 2000).
29. ЛОЗАНОВ, Г., Л. ДЕЯНОВА, О. СПАСОВ (съст.). *Медии и преход*. С., 2000.
30. МАРИНОВ, Р. (2018). *Информационен домейн*. София: Симолини
31. МИНЕВА, С. & ХАРИЗАНОВА, О. (съст.). (2016). *Екология на виртуалните реалности: Киберлексикон (сборник)*. София: Глаголица. Достъпна и на: <http://cyberecology-bg.com/wp-content/uploads/2017/01/CyberLexicon.pdf>. [Посетена на 29 март 2020]
32. НИКОЛОВА, В. (2019). *Медийната екосистема на Youtube. Краудсорсинг, краудсторминг и краудфъндинг*. В: Проблеми на постмодерността, 1/2019, стр. 209-226.
33. ПЕЙЧЕВА, Д. (2014). *Масмедийното въздействие*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски“
34. ПЕТКОВ, С. (2018). *Някои аспекти на влиянието на изкуствения интелект върху медиите*. Годишник на департамент „Масови комуникации“, бр. 1, НБУ, с. 85-98
35. ПОПОВА, Ж. (2018). *Уеб телевизите в България през 2017: от мечтата за кабелна телевизия към мечтата за високо дигитално качество*. В: Медialog, бр. 3/2018. Достъпна на: <https://www.medialog-bg.com/?p=995>. [Посетена на 28 март 2020]
36. ПОПОВА, С. (2019). *Уеб Радио 2014-2017: Групови адреси и индивидуални обръщения*. В: Медialog, бр. 6/2019. Достъпна още на <https://www.medialog-bg.com/?p=939>. [Посетена на 28 март 2020]
37. ПРОДАНОВ, Х. (2012). *Дигиталната политика*. Велико Търново: ФАБЕР
38. ПРОДАНОВ, Х. Виртуалните общности и дигиталната политика, Публикувано на 29 септември 2013 г. от [Newmedia21](http://www.newmedia21.eu/proekti/virtualnite-obshtnosti-i-digitalnata-politika/), <http://www.newmedia21.eu/proekti/virtualnite-obshtnosti-i-digitalnata-politika/>
39. ПРОДАНОВ, Ю. (2018). *Новите медии – края на информационния цикъл и началото на социалната ентропия*. В: Медийна среда, публична и стратегическа комуникация. София: Издателски комплекс-УНСС
40. СТОИЦОВА, Т. & МИЗОВА, Б. (2006). *Интернет – приятел или изкусител: Психология на виртуалната реалност*. В: Материали от Втора национална конференция по психология „Активност и адаптация на личността в условията на промени“, Благоевград, том I, с. 94-99



41. ТОДОРОВА, Б. Б. (2015). Лингвистични аспекти на компютърно опосредстваната комуникация (по материали от форумите на bg-мамма), Благоевград, УИ „Неофит Рилски“, с.5, 12, 25
42. ТОДОРОВА, М. (2019). *Изкуственият интелект*. София: Изток-Запад
43. ХАДЖИЕВ, Б. (2015). *Влияние на новите медии върху гражданското общество*. София: Издателски комплекс – УНСС
44. ХАРИЗАНОВА, О., МАВРОДИЕВА, И., КАВРЪКОВА, С. & НИКОЛОВ, Н. (2017). *Благополучие в дигиталния свят (сборник)*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
45. ЯКУБЕЦ К. 2008, Кросмедиа. Констанц

Допълнителна литература на английски език:

1. ALEXANDER, Jeffrey C. et al. (2016). *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*. New York, NY: Cambridge Univ. Press
2. ANDERSON, C.W., BELL, Emily, SHIRKY, Clay. (2012). *Post Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, New York, NY
3. BATSELL, Jake. (2015). *Engaged journalism: Connecting with Digitally Empowered News Audience*. New York, NY: Columbia Univ. Press.
4. BELSEY & CHADWICK. (2002). *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Routledge, 2002 (ISBN 0 415 069270).
5. BENKLER, Y. (2007). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
6. BERGIEL, Blaise, BERGIEL, Erich & BALSMEIER, Phillip (2008). *Nature of virtual teams: A summary of their advantages and disadvantages*. In: *Management Research News*, 31(2), pp. 99-110.
7. BOYCHEV, B. (2019). The Role and Place of the Podcast in the Digital Market. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 8(2), 94-99. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.2.94
8. BURNET, K. Toward a theory of hypertextual design. *Postmodern Culture*, January 1993, Vol.3, No.2.
9. COBAN, Baris (ed.). (2016). *Social Media and Social Movements: The Transformation of Communication Patterns*. Lanham, Md: Lexington Books
10. DEUZE, M. (1999). Journalism and the web. *Gazette*, 61(5), pp. 373-390.
11. DEUZE, M. (1999). The WebCommunicators: Issues in research into online journalism and journalists. [Online]. *First Monday*, 12(3). Available: [http://www.firstmonday.dk/issues/issue3\\_12/deuze/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue3_12/deuze/index.html) (8.8.2000).
12. DEUZE, Mark (2003). *The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online*. *Media&Society*. Vol 5(2)
13. DOMINGO, David. (2006). *Inventing Online Journalism* [online]. Достъпна на: <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1219106-153347/dd1de1.pdf> [Посетена на 27 март 2020]
14. DUBE, Jonathan. A Dozen Online Writing Tips. (2000) *CyberJournalist.net Online*: <http://www.cyberjournalist.net/news/000118.php> (10. 10. 2004)
15. FENTON, Natalie (ed.). (2010). *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage Publications
16. FOUST, James C. (2005). *Online journalism. Principles and Practices of News for the Web*. Scottsdale, Holcomb Hathaway, Inc.
17. FREITAS, Donna (2017). *The Happiness Effect: How Social Media is Driving a Generation to Appear Perfect at Any Cost*. New York, NY: Oxford Univ. Press
18. GRAY, Jonathan & BOUNEGRU, Liliana & CHAMBERS, Lucy. (2012). *The Data Journalism Handbook*. Boston, MA: O'Reilly Media
19. GRIFFITHS, Mark. (2000). *Does Internet and computer «Addiction» exist? Some case study evidence*. In: *CyberPsychology and Behavior*. V. 3(2). pp. 211-218.

20. GUNTER, Barrie (2003). *News and the Net*, Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey: Inc. Publishers.
21. Hall, Jim (2001). *Online Journalism: A Critical Primer*. London: Pluto Press.
22. HERBERT, John (2000). *Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and online media*. Oxford: Focal Press.
23. HERBERT, John (2000). *Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and online media*. Oxford: Focal Press.
24. HERRING, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In S. A. Barab, R. Kling, & J. H. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). New York: Cambridge University Press.
25. HERRING, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 4, article 1. Retrieved January 5, 2014, from [www.languageatinternet.org/articles/2007/761](http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761).
26. HERRING, S. C. (2013). Research: Computer-mediated Communication, *Bulletin of the Association for Information Science and Technology* - February/March 2014 - Volume 40, Number 3, [https://www.asis.org/Bulletin/Feb-14/FebMar14\\_Herring.pdf](https://www.asis.org/Bulletin/Feb-14/FebMar14_Herring.pdf)
27. HICKS, W. (2001). *Sub Editing for Journalists*. Routledge.
28. HUNT, D. , D. ATKIN, A. Krishnan. (2012). [The influence of computer-mediated communication apprehension on motives for Facebook use](https://www.researchgate.net/profile/David_Atkin3/publication/254299147_The_Influence_of_Computer-Mediated_Communication_Apprehension_on_Motives_for_Facebook_Use/links/0c96053c6d2138994e000000.pdf). *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Volume 56, Issue 2, [https://www.researchgate.net/profile/David\\_Atkin3/publication/254299147\\_The\\_Influence\\_of\\_Computer-Mediated\\_Communication\\_Apprehension\\_on\\_Motives\\_for\\_Facebook\\_Use/links/0c96053c6d2138994e000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/David_Atkin3/publication/254299147_The_Influence_of_Computer-Mediated_Communication_Apprehension_on_Motives_for_Facebook_Use/links/0c96053c6d2138994e000000.pdf)
29. KAWAMOTO, Kevin (2003). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers Inc.
30. KURYLO, Anastacia & DUMOVA, Tatyana. (2016). *Social Networking: Redefining Communication in the Digital Age*. Fairleigh Dickinson Univ. Press etc.
31. LAPHAM, C. (1995). *The Evolution of the Newspaper of the Future*. *Computer-Mediated Communication Magazine*, July 1, [Online]. Available: <http://www.december.com/cmcmag/1995/jul/lapham.html> (5.1.1998)
32. LYNCH, Patrick J & Sarah HORTON. (2016). *Web Style Guide (4th Edition)*. New Heaven, CT: Yale University Press. Достъпа и на: [www.webstyleguide.com](http://www.webstyleguide.com) [Посетена на 27 март 2020]
33. MACEWAN, Bree. (2015). *Navigating New Media Networks: Understanding and Managing Communication Challenges in a Networked Society*. Lanham, Md: Lexington Books
34. MCCARTHY, John. (2007). *What is Artificial Intelligence?* Stanford University. [Online]. Достъпна на: <http://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai/>. [Посетена на 29 март 2020]
35. MESSARIS, Paul & HUMPHREYS, Lee. (2017). *Digital Media: Transformations in Human Communication*. New York, N: Peter Lang
36. MONGE, Peter, & CONTRACTOR, N. S. (2001). *Emergence of communication networks*. In: *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. pp. 440-502
37. *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age* (Ed. by Dr Natalie Fenton) (2010). London: Sage Publications.
38. NIELSEN, Jakob [Alertbox www.useit.com/alertbox](http://www.useit.com/alertbox)
39. PALACIOS, Marcos and Havier Diaz NOCI. (2009). *Online journalism: Research Methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective*. [Online]. [Argitalpenak.ehu.es](http://www.argitalpenak.ehu.es) [Cited 20 January 2011]. Available: [http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se\\_indice\\_ciencinfo/es\\_ciencinf/adjuntos/journalism.pdf](http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/journalism.pdf)
40. PALFREY, John G. (2010). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York, NY: Basic Books

41. PAVLIK, John V. (2001) Journalism and New Media. N.Y., Columbia University Press.
42. PETERS, Chris & BROERSMA, Marcel (ed.). (2017). Rethinking Journalism Again: Societal Role and Public Relevance in a Digital. London: Routledge
43. REDDICK, Randy and Elliot KING (2002). The Online Journalist. Harcourt Brace. 3rd edition. (Ed. McGovern, G. Norton, R. O' Dowd, C.). The Web Content Style Guide Pearson Education. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers
44. RESHETKOVA, Atanaska. (2019). Artificial Intelligence in Advertising and the Consumer Journey to Purchase. Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, 8(3), 145-153. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.3.145
45. RHEINGOLD, H. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. New York, NY: Basic Books.
46. RIVA, Giuseppe. (1998). *Virtual Reality as Assessment Tool in Psychology*. [Online]. Достъпна на: <http://realities.id.tue.nl/wp-content/uploads/2010/03/riva-1998.pdf>. [Посетена на 29 март 2020]
47. ROSALES, Rey G. (2006). The Elements of Online Journalism. iUniverse, New York.
48. RUSBRIDGER, Alan. (2018). Breaking News: The Remaking of Journalism and Why it Matters Now, New York, NY: Farrar, Straus and Giroux
49. Steinfield, C. (1986). Computer-mediated communication systems. Annual review of information science and technology 21, 167-202
50. STONE, Biz (2002) Blogging: Genius strategies for instant Web Content. Indiana: New Riders Publishing.
51. STOVALL, James. G. (2004). Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium. Boston: Pearson Education Inc.
52. SULER, John. (1999). *The Psychology of Cyberspace (e-book)*. [Online]. Достъпна на: <http://users.rider.edu/~suler/psyber/psyber.html>. [Посетена на 29 март 2020]
53. THUROW, C., LENGEL, L. B., & TOMIC, A. (2004). Computer-mediated communication: social interaction and the internet. (pp. 77-85). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
54. URETA, Ainara. (2007). The Challenge of Online Journalistic Language to Narrative forms: the Special Report Case Study on Spanish Press Websites. [Online]. Available from: [http://www.ehu.es/zer/zere1/ZERE\\_larrondo.pdf](http://www.ehu.es/zer/zere1/ZERE_larrondo.pdf)
55. VALCHANOVA. Vesselina. (2018). How to Write a Killer Blog Post? The 11-Step Process I Perfected by Publishing 750,000 Words. [Online]. Достъпна на: <https://valchanova.me/how-to-write-blog-post-steps/> [Посетена на 27 март 2020]
56. WALTHER, J.B. (1996, February). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction. Communication Research, Vol.23, No.1, pp.3-43
57. WALTHER, J.B., Anderson, J.F., & Park, D.W. (1994). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A meta-analysis of social and antisocial communication. Communication Research, 21(4), 460-487.
58. WALTHER, J.B.,& Burgoon, J.K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. Human Communication Research, 19(1), 50-88.
59. WARD, Mike. (2002). Journalism Online. Oxford: Focal Press.
60. WEBSTER, Jane & WONG, W. K. P. (2008). *Comparing Traditional and Virtual Group Forms: Identity, Communication and Trust in Naturally Occurring Project Teams*. In: The International Journal of Human Resource Management, 19(1), pp.41-62.
61. WILSON, Lowrey. (2004). 'More Control, But Not Clarity In Non-linear Web Stories', Newspaper Research Journal, vol. 25, no. 2, p.83 [Online] Available: ProQuest Humanities
62. ZION, Lawrie & CRAIG, David (2015). Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices. New York, NY: Routledge.