

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ НА ГЛ. АС. Д-Р СИЛВИЯ ПЕТРОВА

(представени за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в ПН 3.1. Социология, антропология и науки за културата по научната специалност Култура и медии, обявен от ЮЗУ „Неофит Рилски“, обнародван в Държавен вестник, бр. 82 от 07.10.2025 г.)

Монографии

Петрова, С., 2024. *Нови медии и постистина*. Благоевград: Университетско издателство „Неофит Рилски“.
ISBN: 978-954-00-0381-8

Монографията „Нови медии и постистина“ представлява систематичен теоретико-критически анализ на феномена на постистината като комуникационна, културна и политическа ситуация, възникнала в условията на доминацията на новите медии и социалните мрежи. Изследването проследява историческите, философските и медийните предпоставки за кризата на истината и доверието в съвременните общества, като аргументира тезата, че постистината не означава „край на истината“, а радикална промяна в нейните критерии, авторитети и режими на легитимация.

В първата част на книгата понятието „постистина“ е концептуализирано чрез критически преглед на класически и съвременни философски теории за истината – от кореспондентната, кохерентната и прагматичната теория до плуралистичните подходи от края на XX и началото на XXI век. Проблематизирани са интерпретациите на постистината като продукт на постмодернизма, в резултат на което се предлага по-сложна рамка, която свързва епистемологичните промени с трансформациите на публичната сфера, медийните технологии и властовите отношения.

Централно място в монографията заема анализът на структурните изменения на публичността, развиван в диалог с критическата теория на Франкфуртската школа и по-специално с работите на Юрген Хабермас. Книгата аргументира, че социалните мрежи задълбочават процеса на превръщане на публичната сфера в псевдопублична – пространство, доминирано от емоционални апели, спектакъл, персонализация и алгоритмично управление на вниманието, в което рационално-критичният дебат е маргинализиран

Втората част на изследването е посветена на комуникационните форми на постистината – фалшиви новини, дезинформация, троллинг, конспиративни теории – които са анализирани като специфични жанрове на съвременната дигитална публичност. Прави се ясно разграничение между различните типове невярна и подвеждаща информация, като се подчертава значението на намерението, контекста и алгоритмичното разпространение за тяхното социално въздействие

Поставя се акцент върху кризата на авторитета и доверието: в ситуацията на постистина традиционните разказвачи на истината (журналисти, учени, експерти) губят легитимност, за сметка на микроавторитети, инфлуенсъри и популистки фигури, които

мобилизират емоции и субективни убеждения. Така истината се поставя в конкуренция с всякакви други съдържания, борещи се за мимолетното внимание на публиките. В заключение, монографията книгата защитава тезата, че постистината следва да бъде мислена не като временно отклонение, а като устойчива характеристика на съвременната медийна екосистема. Изследването допринася за разбирането на дълбоките връзки между новите медии, политическата комуникация и културните практики, като предлага аналитични инструменти за критическо осмисляне на публичността, демокрацията и истината в дигиталната епоха.

Петрова, С., 2016. *Лайфстайл преса и женственост*. Благоевград: Университетско издателство „Неофит Рилски“. ISBN: 978-954-00-0043-5

Монографията „Лайфстайл преса и женственост“ представлява задълбочен интердисциплинарен анализ на конструирането на женствеността в българската лайфстайл преса в контекста на постмодерната култура, постфеминизма и масовите медийни практики. Изследването разглежда женската лайфстайл преса като ключово пространство за производство, циркулация и легитимация на модели на идентичност, в което се преплитат дискурси на еманципация, консумация, традиция и морал.

В първата част на книгата се изгражда теоретичната рамка на изследването чрез анализ на понятието за идентичност в условията на постмодернизма, с акцент върху нейната флуидност, перформативност и рефлексивен характер. Авторката проследява развитието на концепциите за пол, женственост и феминизъм, като поставя специален акцент върху възхода на постфеминизма и неговите връзки с културата на консумацията, лайфстайл идеологиите и естетическия плурализъм в масовите медии.

Централно място в монографията заема анализът на символния и културен капитал на женствеността, разглеждана през християнските женски образи – Богородица, Мария Магдалена, Марта и Мария от Витания. Тези архетипи са изследвани като дълготрайни културни матрици, които лайфстайл пресата реактуализира и хибридизира, съчетавайки патриархални ценности (майчинство, жертвоготовност, морална чистота) с постфеминистки стратегии на избор, наслада и индивидуален успех.

В емпиричната част на изследването българската лайфстайл преса, с фокус върху списание „Ева“, е анализирана като медиен жанр, който произвежда разкази за женствеността чрез визуални и текстови стратегии, еротизация на тялото, култ към младостта и красотата, както и чрез сценарии за „успешен“ и „щастлив“ живот. Показано е как женската идентичност се конструира едновременно като автономна и свободно избираща, но и като дисциплинирана от нормите на пазара, семейството и хетеронормативната култура.

Особен принос на монографията е анализът на процесите на имажинерна консумация и ролята им за формирането на идентичност. Авторката аргументира, че лайфстайл пресата заличава границата между реално и въображаемо преживяване, като предлага достъпни фантазии за принадлежност, престиж и щастие. Тези фантазии функционират като стабилизиращ механизъм в условията на социална несигурност и флуидни

идентичности, без обаче да елиминират напреженията и противоречията, присъщи на постмодерния Аз

В заключение монографията защитава тезата, че съвременните модели на женственост, налагани от лайфстайл пресата, не следва да бъдат мислени нито като чисто репресивни, нито като освободени, а като амбивалентни културни конструкции, които съчетават еманципация и контрол. Изследването допринася за по-дълбокото разбиране на връзките между медии, пол, идентичност и културна памет, като предлага аналитичен инструментариум за изследване на масовата култура, постфеминизма и съвременните форми на женска субективност в български контекст.

Статии

Петрова, С., 2025. Постистината като езиков и културен феномен. *Чуждоезиково обучение/Foreign Language Teaching*, vol. 52, no. 2., pp. 221–230.

Текстът разглежда понятието постистина като културен и езиков феномен, добил популярност през последното десетилетие. Анализират се семантичните и идеологическите му импликации в медийния и политическия дискурс. Статията се фокусира върху начина, по който постистината служи не само за описване на епоха, в която фактите губят значение за сметка на предпочитания към емоциите при формиране на общественото мнение, но и като реторичен инструмент в борбите за власт и легитимност. Обръща се внимание на необходимостта от критичен подход към езика в условията на дезинформация и информационно пренасищане в ерата на доминация на социалните мрежи.

Petrova, S., 2024. Trolling as a Political Discourse. *Философия / Filosofiya-Philosophy*, vol. 33, no. 3S, pp. 70–78.

Текстът има за цел да открие някои от характеристиките на политическия троллинг и да проследи начина, по който този феномен функционира в българския контекст. Анализът се фокусира върху спецификите на езика на трола и т.нар. „трол дилема“, както и върху взаимодействието между трола и неговата аудитория. Разглеждат се особеностите на пренасянето на троллинга от онлайн в офлайн среда, както и характеристиките на троллинга в политически контекст. В заключение се предлага тезата, че троллингът не следва да бъде интерпретиран като антисоциално и анархично поведение, а като форма на комуникация, която паразитира върху представите за обективност и истина.

Петрова, С., 2024. Дискурсът за етичното веганство като модел за изграждане на идентичност. *Чуждоезиково обучение/Foreign Language Teaching*, vol. 51, no. 2., pp. 354 – 366.

Текстът изследва дискурса за етичните компоненти при формирането на идентичността в съвременната епоха. Във фокуса на интерес е веганството като модел на идентичност, основан на (претенцията за) етична позиция към другите и света. Разглеждат се начините, по които храната днес може да действа като заместител на различни каузи. В контекста на съвременната култура веганството може да се интерпретира между полюсите на моралния императив, грижата за здраве и дълголетие на собственото тяло и хедонистичното обещание за наслада от храната и от самия живот.

Методологическият подход включва преглед и критическо осмисляне на етическия компонент при конструирането на идентичността през призмата на храненето в съвременната култура, както и изследване на говоренето за етичното веганство в конкретни контексти (например в дебатите около производството и консумацията на т.нар. инвитро месо).

Петрова, С., 2023. Философия на храненето и идентичност. *Философия / Filosofia-Philosophy*, vol. 32, no. 1, pp. 81–92.

Статията има за цел да проследи и анализира връзката между храненето и идентичността от естетическа и етическа перспектива. Проследява се ролята на новите медии и технологиите като инструмент за изграждане и демонстриране на идентичността. Практиките на хранене и разбирането за храната в съвременния свят се изследват от гледна точка на символните значения. Анализът се фокусира върху представата за идентичност в социалните мрежи и популярната култура. Методологията е текстов и визуален анализ на съдържание в новите медии. Текстът прави разграничение между традиционния подход към храната с централно понятие „вкус“ и контекста на новите медии, където подходът се фокусира върху „образ“. В етичен план се анализира връзката между (не)консумацията на месо и животински продукти и идентичността, която е широко застъпена в съвременната култура на лайфстайл.

Петрова, С., 2016. Политически „звезди във Фейсбук: характерни черти на българския контекст. *Балканистичен форум / Balkanistic Forum*, vol. XXVI, no. 17, pp. 277–288.

Статията анализира феномена на политическите „звезди“ в социалната мрежа Facebook в контекста на българската медийна и политическа култура. Изследването стъпва върху теоретичните рамки на звездните изследвания, популярната култура и политическата комуникация, като разглежда процеса на превръщане на политиците в знаменитости и медийни образи, конструирани чрез визуални и наративни стратегии.

Основната теза е, че социалните мрежи трансформират традиционните механизми на политическо представителство, като позволяват на политическите актьори да

заобикалят класическите медии и да изграждат директна, персонализирана и емоционално наситена връзка с публиките. Facebook се разглежда като пространство, в което политиките могат едновременно да контролират публичния си образ и да симулират близост, автентичност и „нормалност“ чрез кадри от всекидневието, семейната среда и неформалните социални роли. Статията очертава специфични характеристики на българския контекст, в който политическата звездност се конструира чрез смесване на елементи от популярната култура, националната символика, патриархалните модели и медийната зрелищност. Анализира се как политическите „звезди“ функционират като хибридни фигури – едновременно носители на власт и обекти на развлечение, което води до пренареждане на границите между политика, медии и лайфстайл култура. В заключение се аргументира, че политическата звездност във Facebook не е повърхностен медиен ефект, а структурен елемент на съвременната политическа комуникация, който оказва влияние върху формирането на общественото мнение, демократичните процеси и представите за политическа легитимност в българското общество.

Петрова, С., 2025. Очертанията на постпубличността. Семинар_BG, vol. 29.

Текстът се фокусира върху дискусиите за кризата на публичната сфера в контекста на прехода от традиционни към нови медии. Проследяват се някои ключови тези, свързани деформациите на публичността и новите механизми при формиране на публиките и общественото мнение. Разглежда се възможността за концептуализиране на нова, постпублична сфера, която е отрицание на идеята на Хабермас за публичност, но същевременно функционира като инструмент за разбиране и анализиране на комуникативната ситуация в ерата на постистината.

Петрова, С., 2023. Анатомия на трола. *Критика и хуманизъм*, vol. 58, no. 1, pp. 97 – 107

Статията анализира феномена на интернет тролинга като хибридна форма на комуникация, характерна за ситуацията на постистина и за съвременната политическа публичност. Тролингът е разгледан не само като деструктивно онлайн поведение, а като ефективен комуникационен модел, който провокира емоции, пренарежда нормите на публичния дискурс и се пренася от дигиталната в офлайн реалността. Чрез анализ на дефиниции, типове аудитории и конкретни български примери текстът показва как тролингът функционира като стратегия на политическа комуникация, основана на възмущение, страх и претенции за „истина“. В заключение се аргументира, че тролингът представлява структурен елемент на съвременната публичност, който променя механизмите на доверие, легитимност и демократичен дебат.

Петрова, С. 2023. Тролове и постистина. *Пирон*, no. 24, online publication: https://piron.culturecenter su.org/wp content/uploads/2023/12/Silvia Petrova_Trolls and Post truth. Pdf

Текстът си поставя за цел да направи преглед и критическо осмисляне на дефинициите за трол и тролене, както и да постави феномена на тролинга в контекста на концепцията за постистина и политика на постистината. Троленето се разглежда като лайфстайл модел, базиран на комуникация, в която преобладават речта на омразата, агресията, обидите, дезинформацията. Ситуацията на постистина и навлизането на тролинга в публичността променят посоката на общественото доверие. Разумните аргументи на експертите губят силата си, а демонстрацията на гняв и възмущение се приема като доказателство за истинност.

Петрова, С, 2021. Политически пърформанси в българския медиен поток. *Медialog*, no. 10, pp. 54-69. Online publication <https://www.medialog-bg.com/?p=4161>

Текстът изследва връзката между съвременната политика и популярната култура, като предлага конструирането на политическия „разказ“ да се проследи в съпоставка със структурата на сериалите. Тази връзка се мисли като възможен вход към флуидната и сравнително слабо изследвана проблематика на феномена на постистинната политика. Описват се някои от характеристиките на политиката на постистината в българския контекст през призмата на изявите на партията „Има такъв народ“ на шоумена Слави Трифонов.

Петрова, С., 2020. Инфодемия, фалшиви новини и постистина. *Nota Bene*, no. 49, pp. 1 - 8, online publication <http://notabene-bg.org/read.php?id=1015>

Статията анализира феномена на инфодемията в контекста на пандемията Covid-19, като го свързва с разпространението на фалшиви новини и с по-широката ситуация на постистина. Текстът разглежда ролята на новите медии и социалните мрежи за ускореното циркулиране на дезинформация, както и емоционалните механизми, чрез които тя придобива легитимност и обществено влияние. Показано е как кризата на доверието към експерти и институции, характерна за политиката на постистината, създава благоприятна среда за доминация на „емо-истината“, при която емоционалната реакция се възприема като критерий за достоверност. В заключение статията аргументира, че инфодемията е структурен проблем на съвременната медийна среда и представлява сериозно предизвикателство пред демокрацията, общественото здраве и рационалния публичен дебат.

Петрова, С., 2019. Вълшебни огледала с добавена реалност: естетическата игра със собственото тяло. *Философски алтернативи*, vol. 28, no. 3, pp. 161–168.
ISSN: 0861-7899

Статията проследява някои аспекти от въздействието на технологията на добавената реалност върху възприятието на огледалния образ в медийния контекст. Изследването е фокусирано върху т.нар. вълшебни (или умни) огледала, които могат да бъдат интерпретирани като нов етап в културната еволюция на овладяването на отражението на собствения образ. При новите вълшебни огледала екранът на мобилните устройства функционира като огледало с утопична функция – той позволява непрестанно усъвършенстване на образа в търсене на съвършената красота. В този смисъл тялото (а също и светът) се възприема като безкрайно поле за естетическо експериментиране.

Петрова, С. 2018. Фантастичното в новите медии. *Философски алтернативи*, vol. 26, no. 4, 152–159.

Текстът разглежда взаимодействието и заличаването на границите между реалното и фантастичното, които възникват в резултат от навлизането на технологията на добавената реалност в нашето всекидневие. Мобилните приложения с добавена реалност могат да превърнат света в игрово поле, но този лесен достъп до приказни наративи винаги е съпътстван от баналността на всекидневния живот. В този контекст статията изследва новото възприятие за тялото като едновременно реално и виртуално, като хибрид между човек и машина, и като едновременно осезаемо и неуловимо.

Мобилните приложения с добавена реалност могат да превърнат света в игрово поле, но този лесен достъп до приказни наративи винаги е съпътстван от баналността на всекидневния живот. В този контекст статията изследва новото възприятие за тялото като едновременно реално и виртуално, като хибрид между човек и машина, и като едновременно осезаемо и неуловимо.

Петрова, С. 2018. Политика на постистината и бежанци: един български медиен пример. *Nota Bene*, no. 14, online publication: <https://notabene-bg.org/read.php?id=707>
ISSN: 1313-7859

Статията анализира политиката на постистината през медийната репрезентация на бежанците в българския контекст. В теоретичен план изследването стъпва върху концепциите за постистина, фалшиви новини и медийни дискурси, за да покаже как емоциите, страхът и предразсъдъците изместват фактите и рационалните аргументи в публичната комуникация. Чрез анализ на конкретни медийни примери от периода 2016–2018 г. се разкрива как бежанците са конструирани като заплаха чрез реториката на престъпност, зараза и нашествие. Аргументира се, че фалшивите новини функционират като основен инструмент на политиката на постистината, който легитимира ксенофобията, подсилва националистическия дискурс и пренарежда общественото

доверие. В заключение се подчертава, че постистинната комуникация представлява сериозно структурно предизвикателство пред демократичните норми, рационалния дебат и медийната етика.

Петрова, С., 2018. Стратегии за справяне с „излишните“ образи: Snapchat. *Пирон*, vol. 16, online publication: http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2018/06/Silvia-Petrova_Snapchat.pdf

Статията изследва опозицията между два типа комуникация в съвременната дигитална среда: натрупването и складирането на данни, от една страна, и логиката на автоматично изчезващата информация, от друга. Фокусът е върху мобилното приложение Snapchat, разглеждано като отговор на визуалното свръхизобилие, тревогите около дигиталното наблюдение и перманентното архивиране. Аргументира се, че Snapchat въвежда контраред на културата на Големите данни чрез насърчаване на забравата, визуалната нетрайност и комуникацията, ориентирана към момента. Показано е как изчезващите образи влияят върху изграждането на идентичност, трансформират визуалната памет и допринасят за утвърждаването на ситуацията на постистина чрез понижаване на стойността на информацията и доминация на афективното възприятие.

Петрова, С., 2017. Образи на екзотичното в популярната култура. *Философски алтернативи*, vol. 25, no. 4, pp. 186 – 194.

Статията анализира съвременните образи на екзотичното в популярната култура и медиите, с акцент върху женските списания като основен канал за тяхното разпространение. Изследването разглежда екзотичното като медиен конструкт, тясно свързан с пазара, консумацията и лайфстайл идеологиите. Чрез анализ на пътувания, кулинарни практики, селското като идилична другост и ритуалите за красота и здраве се показва как екзотичното функционира едновременно като обещание за бягство от ускорения и технизирания свят и като средство за неговото символично препотвърждаване. В заключение се аргументира, че екзотичното в популярната медийна култура легитимира съществуващия социален ред, превръщайки другостта в стока и стил на живот.

Петрова, С., 2016. Изкуственост, органика, трансцендентност: еко/био митът във Facebook. *Пирон*, vol. 12. Online publication https://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2016/10/Silvia_Petrova_Izkustvenost.pdf

Статията анализира съвременния еко/био мит в социалната мрежа Facebook, съсредоточавайки се върху лайфстайл практики, свързани с храната, здравето и тялото. В теоретичен план изследването стъпва върху концепциите за мит, консумация и постхуманизъм, като разглежда еко/био идентичността като стратегия за откъсване от

уязвимостите на човешкото тяло – болести, стареене и смърт. Показано е как „здравословният“ начин на живот (вегетарианство, веганство, суровоядство) се конструира като техника за трансцендиране и морално разграничаване, като същевременно парадоксално използва технологичните и медийните канали, срещу които символично се обявява. В заключение се аргументира, че еко/био митът съчетава консуматорска култура и ню ейдж духовност в хибриден лайфстайл, който размива границите между естествено и изкуствено, аскеза и наслада, човешко и нечовешко.

Студии

Петрова, С., 2024. Културни аспекти на етичната консумация. *Годишник на факултета по класически и нови филологии на Софийския университет*, vol. 117

Статията изследва връзката между консумацията и етиката в контекста на съвременната култура, като разглежда етичната консумация едновременно като морална практика и лайфстайл модел. В теоретичен план анализът стъпва върху различни етични подходи и културологични перспективи, за да представи етичното потребление като част от „проекта за себе си“ и като техника за изграждане на идентичност. Специален акцент е поставен върху ролята на медиатизацията, чрез която етичната консумация се представя като модерна, отговорна и желана, като същевременно се замъгляват процесите на комерсиализация. В заключение се аргументира, че етичната консумация функционира чрез културни парадокси, съчетавайки грижа и пазарна логика, морален избор и структурни ограничения.

ABSTRACTS OF THE SCIENTIFIC WORKS OF CHIEF ASSISTANT PROFESSOR SILVIA PETROVA

(submitted for participation in a competition for the academic position of Associate Professor in Professional Field 3.1. Sociology, Anthropology and Cultural Studies, in the scientific specialty Culture and Media, announced by South-West University “Neofit Rilski” and published in the State Gazette, issue No. 82 of 07 October 2025.)

Monographs

Petrova, S., 2024. *Novi medii i postistina*. Blagoevgrad: Universitetsko izdatelstvo „Neofit Rilski“.

ISBN: 978-954-00-0381-8

The monograph *New Media and Post-Truth* presents a systematic theoretical and critical analysis of the phenomenon of post-truth as a communicative, cultural, and political condition that has emerged under the dominance of new media and social networks. The study traces the historical, philosophical, and media-related premises of the crisis of truth and trust in contemporary societies, arguing that post-truth does not signify the “end of truth,” but rather a radical transformation of its criteria, authorities, and regimes of legitimation.

In the first part of the book, the concept of “post-truth” is conceptualized through a critical review of classical and contemporary philosophical theories of truth—from correspondence, coherence, and pragmatic theories to pluralist approaches from the late twentieth and early twenty-first centuries. Interpretations of post-truth as a product of postmodernism are problematized, leading to the proposal of a more complex framework that links epistemological shifts to transformations of the public sphere, media technologies, and power relations.

A central place in the monograph is occupied by the analysis of the structural transformations of the public sphere, developed in dialogue with the critical theory of the Frankfurt School and, in particular, with the work of Jürgen Habermas. The book argues that social networks deepen the process through which the public sphere is transformed into a pseudo-public sphere—a space dominated by emotional appeals, spectacle, personalization, and the algorithmic management of attention, in which rational-critical debate is marginalized.

The second part of the study focuses on the communicative forms of post-truth—fake news, disinformation, trolling, and conspiracy theories—which are analyzed as specific genres of contemporary digital publicness. A clear distinction is drawn between different types of false and misleading information, emphasizing the importance of intention, context, and algorithmic dissemination for their social impact.

Particular emphasis is placed on the crisis of authority and trust: in a post-truth condition, traditional narrators of truth (journalists, scholars, experts) lose legitimacy, at the expense of micro-authorities, influencers, and populist figures who mobilize emotions and subjective beliefs. In this way, truth is placed in competition with all other forms of content vying for the fleeting attention of audiences.

In conclusion, the monograph defends the thesis that post-truth should be understood not as a temporary deviation, but as a stable characteristic of the contemporary media ecosystem. The study contributes to an understanding of the deep interconnections between new media,

political communication, and cultural practices, offering analytical tools for the critical reflection on publicness, democracy, and truth in the digital age.

Petrova, S., 2016. *Layfstayl presa i zhenstvenost*. Blagoevgrad: Universitetsko izdatelstvo „Neofit Rilski“. ISBN: 978-954-00-0043-5

The monograph *Lifestyle Press and Femininity* offers an in-depth interdisciplinary analysis of the construction of femininity in Bulgarian lifestyle magazines within the context of postmodern culture, postfeminism, and mass media practices. The study approaches women's lifestyle press as a key site for the production, circulation, and legitimation of identity models, where discourses of emancipation, consumption, tradition, and morality intersect.

In the first part of the book, the theoretical framework of the study is developed through an analysis of the concept of identity under conditions of postmodernism, with an emphasis on its fluidity, performativity, and reflexive character. The author traces the development of concepts of gender, femininity, and feminism, placing particular emphasis on the rise of postfeminism and its connections to consumer culture, lifestyle ideologies, and aesthetic pluralism in mass media.

A central place in the monograph is devoted to the analysis of the symbolic and cultural capital of femininity, examined through Christian female figures—the Virgin Mary, Mary Magdalene, Martha, and Mary of Bethany. These archetypes are explored as long-lasting cultural matrices that lifestyle magazines reactualize and hybridize by combining patriarchal values (motherhood, self-sacrifice, moral purity) with postfeminist strategies of choice, pleasure, and individual success.

In the empirical part of the study, Bulgarian lifestyle magazines, with a focus on *Eva*, are analyzed as a media genre that produces narratives of femininity through visual and textual strategies, the eroticization of the body, the cult of youth and beauty, and scenarios of a “successful” and “happy” life. The analysis demonstrates how female identity is constructed simultaneously as autonomous and freely choosing, yet also disciplined by the norms of the market, the family, and heteronormative culture.

A distinctive contribution of the monograph is its analysis of processes of imaginary consumption and their role in identity formation. The author argues that lifestyle magazines blur the boundary between real and imagined experience by offering accessible fantasies of belonging, prestige, and happiness. These fantasies function as stabilizing mechanisms under conditions of social insecurity and fluid identities, without eliminating the tensions and contradictions inherent in the postmodern self.

In conclusion, the monograph advances the thesis that contemporary models of femininity promoted by lifestyle media should be understood neither as purely repressive nor as emancipatory, but rather as ambivalent cultural constructions that combine emancipation and control. The study contributes to a deeper understanding of the relationships between media, gender, identity, and cultural memory, offering an analytical toolkit for the study of mass culture, postfeminism, and contemporary forms of female subjectivity in the Bulgarian context.

Articles

Petrova, S., 2025. Post-truth as a Linguistic and Cultural Phenomenon. *Foreign Language Teaching*, vol. 52, no. 2., pp. 221–230.

The paper discusses the concept of post-truth as a cultural and linguistic phenomenon that has gained popularity in the last decade. It analyses its semantic and ideological implications in media and political discourse. The article focuses on the ways in which post-truth serves not only to describe an era in which facts are losing their importance at the expense of a preference for emotion in the formation of public opinion, but also as a rhetorical tool in struggles for power and legitimacy. Attention is drawn to the need for a critical approach to language in the face of disinformation and information overload in an era of social media dominance.

Petrova, S., 2024. Trolling as a Political Discourse. *Filosofiya-Philosophy*, vol. 33, no. 3S, pp. 70–78.

The paper aims to highlight some of the characteristics of political trolling and to follow how the phenomenon functions in the Bulgarian context. The analysis focuses on the specifics of troll language and the so-called troll dilemma, as well as on the interaction between the troll and his audience. The features of the transfer of trolling from an online to an offline environment and the characteristics of trolling in a political context are examined. It is suggested that trolling should not be interpreted as antisocial, anarchic behaviour, but as communication that parasitises ideas of objectivity and truth.

Petrova, S., 2024. The Discourse on Ethical Veganism as a Model for Identity Construction. *Foreign Language Teaching*, vol. 51, no. 2., pp. 354 – 366.

The text explores the ethical components of identity formation in the modern era through popular food practices. The focus of interest is veganism as a model of identity based on (the claim to) an ethical stance towards others and the world. The ways in which food today can act as a substitute for various causes are examined. In the context of contemporary culture, veganism can be interpreted between the poles of moral imperative, the concern for the health and longevity of one's own body, and the hedonistic promise of enjoyment of food and of life itself. The methodological approach involves a review and critical reflection on the ethical component of identity construction through the prism of nutrition in contemporary culture, as well as an exploration of the manifestations of ethical veganism in specific contexts (e.g. in the debates surrounding the production and consumption of in vitro meat).

Petrova, S., 2023. Философия на храненето и идентичност. *Filosofiya-Philosophy*, vol. 32, no. 1, pp. 81–92.

Abstract: The article aims to analyze the relationship between food and identity from an aesthetic and ethical perspective. New media and technology are seen as a tool for constructing and demonstrating identity. Eating practices and the understanding of food in the modern world are explored from the perspective of symbolic meanings. The analysis focuses on the concept of identity in social networks and popular culture. The methodology is textual and visual content analysis in new media. The text distinguishes between the traditional approach to food with a central concept of 'taste' and the new media context where the approach focuses on 'image'. From an ethical point of view, the relationship between the (non) consumption of meat and animal products and the identity that is widely advocated in the modern lifestyle culture is analyzed.

Petrova, S., 2016. Political “Stars” on Facebook: the Bulgarian Context’s Typical Features / *Balkanistic Forum*, vol. XXVI, no. 17, pp. 277–288.

The article examines the phenomenon of political “stars” on Facebook within the context of Bulgarian media and political culture. Drawing on theoretical frameworks from celebrity studies, popular culture, and political communication, the study explores the process through which politicians are transformed into media celebrities and symbolic figures constructed through visual and narrative strategies.

The central argument is that social media platforms reshape traditional mechanisms of political representation by enabling politicians to bypass legacy media and establish direct, personalized, and emotionally charged relationships with their audiences. Facebook is conceptualized as a space where political actors can simultaneously exercise control over their public image and simulate proximity, authenticity, and “ordinariness” through representations of everyday life, family settings, and informal social roles.

The article identifies distinctive features of the Bulgarian context, in which political celebrity is produced through a hybridization of popular culture, national symbolism, patriarchal narratives, and media spectacle. Political “stars” are analyzed as hybrid figures who function both as holders of power and as objects of entertainment, leading to a reconfiguration of the boundaries between politics, media, and lifestyle culture.

In conclusion, the study argues that political celebrity on Facebook should not be understood as a superficial media effect, but as a structural component of contemporary political communication. This phenomenon has significant implications for the formation of public opinion, democratic processes, and notions of political legitimacy in Bulgarian society.

Petrova, S., 2025. The Contours of the Post-public Sphere. *SeminarBG*, vol. 29.

The text focuses on discussions about the crisis of the public sphere in the context of the transition from traditional to new media. It traces some key theses related to the deformations of publicity and the new mechanisms of forming audiences and public opinion. It examines the

possibility of conceptualizing a new, post-public sphere, which is a negation of Habermas's idea of publicity, but at the same time functions as a tool for understanding and analyzing the communicative situation in the post-truth era.

Petrova, S., 2023. Anatomia na trola. *Critique & humanism*, vol. 58, no. 1, pp. 97 – 107

The article examines internet trolling as a hybrid form of communication characteristic of the post-truth condition and contemporary political publicness. Trolling is analyzed not merely as destructive online behavior, but as an effective communicative strategy that mobilizes emotions, reshapes the norms of public discourse, and moves from the digital to the offline sphere. Through a discussion of key definitions, audience dynamics, and selected Bulgarian case studies, the article demonstrates how trolling operates as a form of political communication grounded in provocation, outrage, and claims to “truth.” The study concludes that trolling constitutes a structural element of contemporary public discourse, with significant implications for trust, legitimacy, and democratic debate.

Petrova, S. 2023. Trollove i postistina. *Piron*, no. 24,
online publication: https://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2023/12/Silvia-Petrova_Trolls-and-Post-truth.pdf

The text aims to provide an overview and critical examination of definitions of the troll and trolling, as well as to situate the phenomenon of trolling within the context of the concept of post-truth and the politics of post-truth. Trolling is examined as a lifestyle model based on communication dominated by hate speech, aggression, insults, and disinformation. The post-truth condition and the penetration of trolling into the public sphere alter the direction of public trust: the rational arguments of experts lose their persuasive power, while the display of anger and outrage comes to be accepted as evidence of truthfulness.

Petrova, S. 2021. Political Performances in the Bulgarian Media Flow. *Medialog*, no. 10, pp. 54-69. Online publication <https://www.medialog-bg.com/?p=4161>

The text explores the connection between contemporary politics and popular culture, comparing the construction of the political ‘narrative’ with the structure of television series. This connection is considered as a possible entrance to the complex and fluid issues of the post-truth politics phenomenon. Some of the characteristics of the post-truth politics in the Bulgarian context are described through the actions of Slavi Trifonov’s political party.

Petrova, S. 2020. Infodemic, Fake News and Post-truth. *Nota Bene*, no. 49, pp. 1 - 8, online publication <http://notabene-bg.org/read.php?id=1015>

The article examines the phenomenon of the infodemic in the context of the COVID-19 pandemic, linking it to the spread of fake news and the broader post-truth condition. It explores the role of new media and social networks in accelerating the circulation of disinformation, as well as the emotional mechanisms through which misleading content gains legitimacy and public influence. The study demonstrates how the crisis of trust in experts and institutions, characteristic of post-truth politics, creates favorable conditions for the dominance of “emo-truth,” in which emotional response is perceived as a marker of credibility. In conclusion, the article argues that the infodemic constitutes a structural problem of the contemporary media environment and poses a serious challenge to democracy, public health, and rational public debate.

Petrova, S. 2019. Magic Mirrors with An Augmented Reality: The Aesthetic Game with One's Own Body. *Philosophical alternatives*, vol. 28, no. 3, pp. 161–168.
ISSN: 0861-7899

The article traces some aspects of the impact of augmented reality technology on the perception of the mirror image in the media context. The study is focused on so-called magic (or smart) mirrors, which can be interpreted as a new stage in the cultural evolution of the mastering of our reflection. With new magic mirrors, the screen of mobile devices functions as a mirror with a utopian function – it allows a continuous improvement of the image in search of perfect beauty. In this sense, the body (and also the world) is perceived as an endless field for aesthetic experimentation.

Petrova, S. 2018. The Fantastic in New Media. *Philosophical alternatives*, vol. 26, no. 4, 152–159.

The text discusses the interaction and blurring of boundaries between the real and the fantastic, resulting from the entry into our daily existence of the technology of augmented reality. Augmented-reality mobile apps may transform the world into a playfield, but this easy access to fairy tale narratives is always accompanied by the banality of everyday life. In this context, the article examines the new perception of the body as both real and virtual, as a hybrid between human and machine, and as tangible and elusive.

Petrova, S. 2018. Politika na postistinata i bezhantsi: edin balgarski medien primer. *Nota Bene*, no. 14, ISSN: 1313-7859
online publication: <https://notabene-bg.org/read.php?id=707>

The article analyzes the politics of post-truth through the media representation of refugees in the Bulgarian context. Drawing on theories of post-truth, fake news, and media discourse, the study examines how emotional narratives, fear, and prejudice replace factual arguments in public communication. Through the analysis of selected media examples from the period 2016–2018, the article demonstrates how refugees are constructed as a threat through discourses of crime, contamination, and invasion. It is argued that fake news functions as a key instrument of post-truth politics, legitimizing xenophobia, strengthening nationalist rhetoric, and reshaping public trust. The study concludes that post-truth communication constitutes a structural challenge to democratic norms, rational debate, and the ethics of media representation.

Petrova, S., 2018. Strategii za spravyane s „izlishnite” obrazi: Snapchat. *Piron*, vol. 16, online publication: http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2018/06/Silvia-Petrova_Snapchat.pdf

The article explores the opposition between two dominant modes of communication in the contemporary digital environment: the accumulation and storage of data, and the logic of automatically disappearing information. Focusing on the mobile application Snapchat, the study examines ephemeral images as a response to visual overload, data surveillance, and the anxiety produced by permanent digital archiving. The article argues that Snapchat introduces a counter-logic to big data culture by promoting forgetting, visual impermanence, and moment-based communication. It further demonstrates how disappearing images facilitate new forms of identity construction, reshape visual memory, and contribute to the post-truth condition by lowering the value of information and encouraging affective, non-reflective engagement.

Petrova, S., 2017. Images of the Exotic in Popular Culture. *Philosophical alternatives*, vol. 25, no. 4, pp. 186–194

The article examines contemporary media representations of the exotic within the field of popular culture, with a particular focus on women's magazines as key channels for the circulation of exotic imagery. Drawing on theories of myth, consumption, and lifestyle, the study argues that the exotic is increasingly constructed as a consumable lifestyle model closely tied to the market and the ideology of consumption. Through analyses of travel narratives, culinary discourse, representations of rural life, and beauty rituals, the article demonstrates how the exotic simultaneously functions as an apparent escape from globalization and acceleration, while in fact reaffirming these very processes. The study concludes that the exotic in popular

media serves as a mechanism for legitimizing social hierarchies and contemporary consumer culture.

Petrova, S., 2016. Izkustvenost, organika, transtsendentnost:eko/bio mitat vav Facebook. *Piron*, vol. 12.

https://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2016/10/Silvia_Petrova_Izkustvenost.pdf

The article examines the contemporary eco/bio myth as it circulates on Facebook, focusing on lifestyle practices related to food, health, and the body. Drawing on theories of myth, consumption, and posthumanism, the study analyzes eco/bio identity as a strategy for distancing oneself from the vulnerabilities of the human body—illness, aging, and mortality. The article demonstrates how “healthy” lifestyles such as vegetarianism, veganism, and raw foodism are constructed as techniques for self-transcendence and moral distinction, while paradoxically relying on the very technological and media infrastructures they symbolically oppose. It is argued that the eco/bio myth blends consumer culture with New Age spirituality, producing a hybrid lifestyle that blurs the boundaries between nature and artificiality, asceticism and pleasure, and the human and the non-human.

Studies

Petrova, S., 2024. Kulturni aspekti na etichnata konsumatsia. *Godishnik na fakulteta po klasicheski i novi filologii na Sofiyskia universitet*, vol. 117

http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2016/10/Silvia_Petrova_Izkustvenost.pdf

The article explores the relationship between consumption and ethics in the context of contemporary culture, focusing on ethical consumption as both a moral practice and a lifestyle model. Drawing on ethical theory and media studies, the study examines ethical consumption as part of the “project of the self” and as a technique for identity construction. Particular attention is paid to the role of mediatization in shaping ethical consumer practices, as media representations frame ethical consumption as modern, responsible, and desirable while simultaneously obscuring processes of commercialization. The article argues that ethical consumption operates through a set of cultural paradoxes, combining moral responsibility with market logic, individual choice with structural constraints, and care with consumption.