



# УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

## КАТЕДРА „МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“



Бул. „8-ми декември“, Студентски град, 1700 София  
[unwemedia.com](http://unwemedia.com) • [media@unwe.bg](mailto:media@unwe.bg) • +35928195370

### КОНСПЕКТ ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО СПЕЦИАЛНОСТ „МЕДИИ И ЖУРНАЛИСТИКА“

1. Масмедии – модел и основни функции. Ефекти на медиите, модел на ефектите, фактори за медийните ефекти.
2. Революцията на печата. Печатарската технология извън Европа и в Европа. Предпечатни форми на работа с информация. Основни аспекти на промяна на информационната култура след откриването на печатарската технология. Предпериодична и ранна периодична преса.
3. Авторитаризъм и тоталитаризъм в историята на печата. Идеологически предпоставки на авторитаризма. Томас Хобс, Николо Макиавели. Механизми за контрол на печата в авторитарни условия. Тоталитарните режими на ХХ в. и техните следи в историята на печата.
4. Либерален печат. Идеолози на либерализма и на либералния печат. Джон Лок, Джон Милтън. Либералният печат в политическата практика – Декларация за независимостта, Първа поправка; Търновска конституция. Свободен и социално отговорен печат. Медийна саморегулация, медийни етични кодекси.
5. Революционната школа в българската журналистика. Георги Раковски, Любен Каравелов, Васил Левски, Христо Ботев, Захари Стоянов. Ролята на публицистичното им творчество за консолидиране на нацията. Журналистиката като „едно от първите средства на революцията“.
6. Българският печат от Освобождението до Първата световна война. Типология и развитие.
7. Социалистическият медиен модел в България – специфика, елементи и функции. Периодизация и начало. Принципи за печата. Цензурата. Езикът на социалистическата журналистика.
8. Фактори, определящи националния характер. Добродетелите и комплексите в българската народопсихология. Ценностната трансформация на българското общество през прехода.
9. Информацията – понятие и същност. Информационни стойности. Пролуки в информираността.
10. Теория и практика на текста. Метод на обърнатата пирамида. Структура на челото в журналистическия текст. Позоваване и идентифициране.
11. Теория и практика на текста. Техники в писането на „фийчър“: чело, развитие на темата, финал. Видове „фийчър“ материали.
12. Специфика на журналистическата информация. Жанрове на информацията: хроника, информационна бележка, репортаж, кореспонденция.

13. Специфика на телевизионните жанрове. Характеристика на говорно-аналитичните жанрове коментар, беседа, кореспонденция. Особенности на говорно-аналитичните телевизионни жанрове интервю, дискусия, ток-шоу.
14. Специфика и типология на медийната аудитория. Трансформация от аудитория към потребители.
15. Пазарни и качествени трансформации на пресата в България от 2005 г. до днес.
16. История на онлайн журналистиката. Вестниците – първите медии в интернет. Ключови характеристики на журналистиката в дигитална среда. Нови бизнес модели в онлайн медиите.
17. Квалификационен профил на онлайн журналиста. Причини за трансформациите на журналистическата професия в дигитална среда. Нови професионални роли и професионални компетенции. Ново медийно съдържание.
18. Обществени медии – причини за държавна регулация на пазара на електронни медии (технически, икономически, културни). Финансиране на обществените медии – мисия и източници на финансиране, тенденции. Бюджетни, пазарни и квази-пазарни форми на финансиране (такса, данък, фондове, реклама, спонсорство, продуктово позициониране).
19. Регулация, саморегулация и корегулация. Правомощия, инструменти, функции и независимост на регулаторните органи.
20. Всекидневна култура и медии. От всекидневна действителност към всекидневна култура. Взаимоотношението „всекидневие-журналистика“.
21. Аудиовизуален сектор (на примера на филмовата индустрия) – икономически характеристики. Европейското филмово производство – културно изключение. Българска филмова индустрия – основни подпазари, проблемни зони. Поява, развитие и роля на продуцентската институция.
22. Телевизионно и радио програмиране – между медийния пазар, мисията и ценностите на медията. Рейтинги и борба за интереса на публиките.
23. Рекламна комуникация. Дефиниране на рекламата. Периодизиране на рекламната комуникация. Ключови характеристики на рекламната комуникация през различните периоди.
24. Социалната отговорност на медиите. Комисията „Хътчинс“ и възходът на идеята за медийна саморегулация. Отношението регулация/саморегулация като показател за свободата на словото. Медийната етическа кодификация в Европа – Франция, Германия, Великобритания. Медийната саморегулация в България.
25. Дигиталният PR: техники и форми за онлайн репутация. Мониторинг на онлайн репутацията. Елиминиране на негативната информация. Проактивно разпространение на положителна информация.
26. Имиджмейкърство и управление на медийния имидж. Технология на изграждане на имиджа. Фактори за успешно имиджово управление.
27. Новите медии като част от стратегията на публичен рилейшънс по време на криза. Особенности на кризисната комуникация в онлайн среда. Планиране на „златния час“. Специфика и послание на първите корпоративни съобщения. Структура и съдържание на временните корпоративни кризисни сайтове.
28. Маркетинг в медийните организации. Пазар на потребителите и пазар на рекламодателите. Медийните продукти като елементи на маркетинговия микс. Маркетинг в условията на медийна конвергенция.
29. Особенности на медийния мениджмънт. Фактори на контактната и обкръжаващата среда на медиите. Йерархична структура в медийните организации. Специфики на труда в медийните организации.
30. Медии и политика. Култура на натиска. Изследвания върху свободата на словото.

## ЛИТЕРАТУРА

### На български език:

- Абазов, Тодор, съст. *Граматика на журналистиката. Избрани четива за световния опит в журналистиката*. София, 1996.
- Авторски колектив. *България 20 век. Алманах*. София, 1999.
- Ангелов, Александър. *Журналистическа етика*. София, 2002.
- Ангова, Стела. „Първите онлайн медии: нова конфигурация на медийния наратив и журналистическите практики“. *Проблеми на постмодерността*. Том 8, бр. 1/2018.
- Борисова, Евдокия. *Жанрове в медиите*. Шумен, 2011.
- Вълков, Илия. „Голямото завръщане на политическия натиск“. АЕЖ-България, 2017 – годишно изследване за свободата на словото в България, <http://www.aej-bulgaria.org/bul/p.php?post=8738&c=5>
- Вълков, Илия. *Комуникация на граждански движения*. София, 2014.
- Вълков, Илия. „Нови форми на натиск: слухове и клевети срещу журналистите“. АЕЖ-България, 2015 – годишно изследване за свободата на словото в България. 2015, <http://www.aej-bulgaria.org/bul/p.php?post=6910>
- Върбанова, Л. *Спонсорство и дарителство в изкуствата*. София, 1997.
- Доганов, Д., Ф. Палфи. *Рекламата, каквото е*. Варна, 2000.
- Златева, М. *Репортер, репортерство, репортаж*. София, 1999.
- Иванчевич, Дж. М., Дж. Х. Донъли (мл.), Дж. Л. Гибсън. *Основи на мениджмънта*, София, 1997.
- Кафтанджиев, Хр. *Хармония в рекламната комуникация*. София, 2000.
- Константинова, Стела. „Трансформирана компетентност: квалификационен профил на онлайн журналиста“. *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013.
- Константинова, Стела. „Трансформации на медийната среда.“ *Реторика и комуникации* 23 (юли 2016).
- Кулевски, Цветан. *Реторика на публичното послание*. София, 2007.
- Кунчик, М., Ципфел, А. *Въведение в науката за публицистика и комуникации*. София, 1998.
- Мелтев, Михаил. *Телевизията – културна индустрия*. София, 2007.
- Мерил, Джон и др. *Журналистическа етика. Философски основи на новинарските медии*. София, 2007.
- Мечков, Борил. *Продуцентът и предизвикателствата на новото аудиовизуално пространство*. София, 2002.
- Митев, Петър-Емил. *Иван Хаджийски, четен днес*. София, 2007.
- Осиковски, Мартин. „Възвишената проповед на Милтън (2)“. *Християнство и култура* 134 (2018).
- Осиковски, Мартин. „Извори на журналистическата теория. Милтъновата „Ареопагитика“ в България.“ *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013.
- Панайотов, Филип. *Вестници и вестникари*. София, 2008.
- Пейчева, Добринка. *Масмедийното въздействие*. Благоевград, 2013
- Попова, Снежана. *Радиокомуникация*. София, 1997.
- Райчева, Л. *Творческият процес в телевизията. Организация, управление и програмиране*. София, 1991.
- Семов, Марко. *Българска народопсихология*. София, 1996.

- Стойков, Любомир, Валерия Пачева. *Връзки с обществеността и бизнескомуникация*. София, 2009.
- Стойков, Любомир. „Дигиталният PR: техники и форми за онлайн репутация“. *Медии и обществени комуникации*, 2012, № 14, <http://www.media-journal.info/?p=item&aid=205>
- Стойков, Любомир. *Facebook комуникация*. София, 2012.
- Стойков, Любомир. *Култура и медии*. София, 2017.
- Стойков, Любомир. *Управление на връзките с обществеността*. София, 2016.
- Тодоров, Петко. *Етюди по иновации в масмедийте*. София, 2003.
- Тодоров, Петко. *Медийни технологии*. София, 2013.
- Томова, Биляна. „Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии“. *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013.
- Томова, Биляна. „Пазарна трансформация на културната сфера“. В: *Пазарна трансформация на социално-културната сфера*. София, 2007.
- Томова, Биляна. „Ефикасност на публичните разходи за филмовата индустрия“. *Политики* 9/2009, [http://politiki.bg/?cy=153&lang=1&a0i=22345&a0m=readInternal&a0p\\_id=568](http://politiki.bg/?cy=153&lang=1&a0i=22345&a0m=readInternal&a0p_id=568)
- Томова, Биляна. *Изкуство и пазар*. София, 2003.
- Филева, Петранка. *Икономика на средствата за масови комуникации*. София, 1998.
- Филева, Петранка. *Медиен маркетинг*. София, 2013. <http://www.newmedia21.eu/content/2015/09/medienmarketing2013-Fileva.pdf>
- Филева, Петранка. *Медиен мениджмънт*. София, 2013. <http://www.newmedia21.eu/content/2015/09/medien-management-2013-Fileva.pdf>
- Филева, Петранка. *Медии и пари*. София, 1999.
- Хербст, Йосиф. *Вчера, днес и утре*. София, 2007.
- Христов, Ивайло. *Българинът в глобалния свят*. София, 2011.
- Христов, Ивайло. *Публицистика и национална самобитност*. София, 2012.
- Цанкова, Светла. „Влияние на конвергентните процеси върху жанровото разнообразие и жанровите форми в традиционните медии“. В: *Икономически и професионални трансформации в конвергентна медийна среда*, София, 2016.
- Цанкова, Светла. *Въведение в медиазнанието*. София, 2007.
- Цанкова, Светла. „Периодичният печат в България – съвременни пазарни асиметрии (2010-2012 г.)“. *Научни трудове на УНСС*, Том 3/2013.
- Цанкова, Светла. *Периодичният печат в България: пазар и реклама*. София, 2010.
- Цанкова, Светла. *Съвременна българска преса (пазарни и качествени трансформации)*. София, 2018

### **На чужди езици:**

- Conboy, Martin. *Journalism: A Critical History*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2004.
- Conrad, F. *Strategic Newspaper Management*. Southern Illinois University Press, 1988.
- Debande, O., Chetrit G. *The European Audiovisual Industry*. EIB, 2001.
- Fang, Irving. *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*. Boston, 1997.
- Franklin, Bob, Martin Hamer, Mark Hanna, Marie Kinsey, and John E. Richardson. *Key Concepts in Journalism Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2005.
- Hallin, Daniel C., Paolo Mancini. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, 2004.
- Hargreaves, Ian. *Journalism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

- Keirstead, P. *The World of Telecommunication: Introduction to Broadcasting, Cable, and New Technologies*. Focal Press, 1990.
- Keith, M. *The Radio Station*. Focal Press, 1989.
- Louw, P. Eric. *The Media and Political Process*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE, 2005.
- Siebert, Fred, Theodore Peterson, Wilbur Schramm. *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press, 1956.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel, and Alice Tomic. *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2004.
- Underwood, D. *When MBAs Rule the Newsroom*. Columbia University Press, 1993
- Ward, Stephen J. A. *The Invention of Journalism Ethics : The Path to Objectivity and Beyond*. Montreal; Ithaca: McGill-Queen's University Press, 2004.