



**УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И  
СВЕТОВНО СТОПАНСТВО**

**КАТЕДРА  
„МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“**



бул. „8-ми декември“, Студентски град, 1700 София, <http://departments.unwe.bg/media>, тел. 02/8195370

**ПРИЕТ С РЕШЕНИЕ НА ФС  
НА ФАКУЛТЕТ  
„ИКОНОМИКА НА  
ИНФРАСТРУКТУРАТА“**

**УТВЪРЖДАВАМ:  
ПЪРВИ ЗАМ.-РЕКТОР И ЗАМ.-  
РЕКТОР  
ПО ОБУЧЕНИЕТО В ОКС  
„БАКАЛАВЪР“**

**КОНСПЕКТ ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО СПЕЦИАЛНОСТ  
„МЕДИЯ ИКОНОМИКА“**

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 ефекти върху културата 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.
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. Социалистическият медиен модел в България – специфика, елементи и функции. Периодизация и начало. Принципи за печата. Цензурата. Езикът на социалистическата журналистика.
7. Трансформации на журналистическата професия – нови профил, роли, компетенции.
8. Журналистика в интернет – журналистика на данните, журналистика чрез мобилни платформи, гражданска журналистика.
9. 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.

**Ръководител катедра:**  
доц. д-р Стела Ангова  
[stella.konstantinova@gmail.com](mailto:stella.konstantinova@gmail.com)

**Научен секретар:**  
гл. ас. д-р Мартин Осиковски  
[ossikovski@unwe.bg](mailto:ossikovski@unwe.bg)

**Адм. секретар:**  
Ивайла Николова  
[ivaila\\_nik@abv.bg](mailto:ivaila_nik@abv.bg)

10. Апелът в рекламната комуникация – видове и аргументация.
11. Зараждане на журналистическото разследване. Политически, социален и медиен климат. Журналистите като „чистачи на Авгиевите обори“.
12. Пазарни трансформации на периодичния печат в България в периода 2005-2015 г.
13. Историческо възникване и развитие на компютърните технологии и комуникации. Първите компютри. Първите компютърни мрежи. Интернет и Уеб.
14. Технология на специалните събития. Същност и специфика на специалните събития. Алгоритъм на специалното събитие. Корпоративният театър. Пространствени аспекти на специалните събития. Ролята на знаменитостите като фактор за успеха на специалното събитие.
15. Диагностика и профилактика на конфликтите. От регулация на конфликтите към разрешаване и превенция на конфликтите. Същност на диагностиката на конфликтите. Прогнозиране на конфликтите. Стратегически подходи в управлението на конфликтите.
16. Планиране и програмиране по време на кризисна ситуация. Стратегия и тактика на организацията при кризи.
17. Ефективна комуникация при преговори. Същност и особености на преговорите. Дистрибутивни и интегративни преговори. Ефективни тактики и техники по време на преговори. Вербална комуникация при преговори. Невербална комуникация при преговори.
18. Медиатизация на политиката и политизация на медиите. Обществено мнение. Власт, партии, политика.
19. Същност на общественото мнение. Властта на медийното послание. Изследователски техники за изследване и анализ на общественото мнение.
20. Психологическо въздействие на медийната информация. Журналистическо конструиране на медийна реалност. Роля на аргументацията в медийното общуване.
21. Увод в медиакритиката. Предмет на медиакритиката. Основни задачи на медиакритиката.
22. Идеология и дискурс. Телевизията като идеология. Медийни дискурси – Теодор Адорно, Мишел Фуко, Луи Алтюсер.
23. Културната индустрия и масмедиите (Теодор Адорно). Политически и културни измерения на критиката.
24. Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии (медии, културни индустрии, творчески индустрии). Медиите – културен и индустриален продукт. Социокултурни и икономически характеристики на медийния продукт. Икономически принос на медийната индустрия в България. Промяна на бизнес модела. Роля на конвергенцията.
25. 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, квази-пазарни и пазарни форми на финансиране (субсидия, такса, данък, фондове, реклама, спонсорство, продуктово позициониране).
26. Поява, развитие и роля на продуцентската институция. Продуцентски проект във филмовата индустрия (на примера за дебют в НФК). Основни етапи – от идеята до фестивала. Анотация, синопсис, режисьорска експликация. Бюджет, финансиране, възможни източници – национални и европейски.

27. Телевизионна индустрия. Структура: производство (вътрешно, външно), разпространение, показ. Телевизионна продукция: екип и видове продуценти. Етапи на телевизионно производство (развитие, предпродукция, продукция, постпродукция). Възможни финансови източници. Проблеми на независимите продуценти в България.
28. Аудиовизуален сектор (на примера на филмовата индустрия) – икономически характеристики. Европейското филмово производство – културно изключение. Българска филмова индустрия – основни подпазари, проблемни зони.
29. Аудиовизуална политика. Елементи на европейската аудиовизуална политика. Основни директиви и стратегически документи. Модели на аудиовизуална политика. Световна и европейска практика. Трансформации в моделиране и изграждане на аудиовизуална политика.
30. Иновационна стратегия в медиите – основен концепт, планиране, финансиране и моделиране. Инструменти за разработване, прилагане и оценка на иновационни решения в медиите.

## ЛИТЕРАТУРА

*Заб.: списъкът не е изчерпателен и кандидатите са свободни да добавят литература по своя преценка, както и да се консултират с преподаватели за допълнителна литература.*

### **На български език:**

- Дееничина, Мария. *Между фанфарите и заклинанията*. София, 2008.
- Кафтанджиев, Христо. *Хармония в рекламната комуникация*. София, 2008.
- Константинова, Здравка. *Държавност преди държавата*. София, 2010.
- Константинова, Стела. „Трансформации на медийната среда.“ *Реторика и комуникации* 23 (юли 2016).
- Кулевски, Цветан. „Криза на политическия коментар.“ *Реторика и комуникации* 13 (2015)
- Кулевски, Цветан. *Реторика на публичното послание*. София, 2014.
- Липман, Уолтър. *Обществено мнение*. София, 2012.
- Лозанов, Георги, Орлин Спасов, съст. *Медиите и политиката*. София, 2011.
- Мелтев, Михаил, *Кино и електронни медии*. София, 2012.
- Мелтев, Михаил, *Телевизията културна индустрия*. София, 2007.
- Михалев, Иван. *Вестникът в епохата на интернет*. София, 2011.
- Огнянова, Нели. *Медийна политика и право на Европейския съюз*. София, 2011.
- Осиковски, Мартин. „Извори на журналистическата теория. Милтъновата „Ареопагитика“ в България.“ *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013 г.
- Осиковски, Мартин. Лекционен материал по дисциплината „Чуждестранна журналистика“.
- Осиковски, Мартин. Лекционен материал по дисциплината „Компютърно-опосредствана комуникация“.
- Панайотов, Филип. *Вестници и вестникари*. София, 2008.
- Пейчева, Добринка. *Масмедийното въздействие*. Университетско издателство „Неофит. Рилски“, 2013.
- Петров, Милко, Мария Попова, Мария Вазински, съст. *Медиите в Европа*. София, 2012.

- Стойков, Любомир. *Ефективна бизнес комуникация*. София: Алма комуникация, 2015.
- Стойков, Любомир. *Управление на връзките с обществеността*. София: Алма комуникация, 2016.
- Стоицова, Т. *Психология на медийното общуване*. София, 2015.
- Тодоров, Петко. *Етюди по иновации в масмедииите*. София, 2003.
- Томова, Биляна. „Българската филмова индустрия: „Слънцето и сянката“ на прехода. Пазари. Политики. Дефицити.“ *Научни трудове на УНСС 3* (2014).
- Томова, Биляна. Лекционен материал по дисциплината „Финансиране на медиите и културните индустрии“.
- Томова, Биляна. „Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии.“ *Научни трудове на УНСС 3* (2013).
- Цанкова, Светла, и др., съст. *Икономически и професионални трансформации в конвергентна медийна среда*. София, 2016.
- Томова, Биляна. „Българската филмова индустрия: „Слънцето и сянката“ на прехода. Пазари. Политики. Дефицити.“ *Научни трудове на УНСС 3* (2014).
- Томова Биляна. „Медиите в аспекта на културните и творческите индустрии.“ *Научни трудове на УНСС 3* (2013).
- Христов, Ивайло. *Божана Димитрова – кауза радиожурналист*. София, 2015.
- Христов, Ивайло. *Публицистика и национална самобитност*. София, 2012.
- Христов, Ивайло. *Основи на българската народопсихология*. София, 2016.
- Цанкова, Светла. *Въведение в медиазнанието*. София, 2007.
- Цанкова, Светла. Лекционен материал по дисциплината „Пресжурналистика“.
- Цанкова, Светла. „Периодичният печат в България – съвременни пазарни асиметрии.“ *Научни трудове на УНСС 3* (2013).
- Цанкова, Светла. *Периодичният печат в България: пазар и реклама*. София, 2010.
- Чолаков Г., И. Попйорданов. *Професия продуцент*. София, 1993.

#### **На чужди езици:**

- Allan, Stuart, ed. *The Routledge Companion to News and Journalism*. London, New York: Routledge, 2010.
- Conboy, Martin. *Journalism: A Critical History*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2004.
- Fang, Irving. *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*. Boston, 1997.
- Hallin, Daniel C., Paolo Mancini. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, 2004.
- Keirstead, P. *The World of Telecommunication: Introduction to Broadcasting, Cable, and New Technologies*. Focal Press, 1990.
- 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.