



# УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

КАТЕДРА  
„МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“



бул. „8-ми декември“, Студентски град, 1700 София, <http://departments.unwe.bg/media>, +35928195370

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

1. Същност и дефиниция на цивилизацията. Видовете цивилизации според Самюъл Хънтингтън. Същност и дефиниция на културата. Концепцията на Джеймс Лул за суперкултурата.
2. Сравнение на обществените модели. Координатна система за позициониране.
3. Фактори, определящи националния характер. Добродетелите и комплексите в българската народопсихология
4. Българската журналистика и европеизацията на възрожденското ни общество.
5. Ролята на журналистиката за политическото противопоставяне на българското общество – 20-те и 30-те години на ХХ век
6. Информацията – понятие и същност. Информационни стойности. Пролуки в информираността.
7. Комуникационен процес. Цели, форми, модели, елементи на комуникационния процес.
8. Стратегии за публични въздействия. Моделиране на публичния контакт.
9. Медия продукт. Журналистически роли при създаване на медийния продукт.
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. Политическа информация. Политически анализ. Политически измерения на обществените проблеми. Писане по каузална схема.
15. Проект за създаване на електронна медия. Съдържание, оценка чрез чеклист на претеглените показатели.
16. Стратегия на медийното предприятие. Подход, източници на иновации. Медии в криза.
17. Морално допустими и морално недопустими журналистически техники в радиотелевизионната комуникация. Манипулация чрез радиотелевизионната комуникация.
18. Изграждане на медийната организация. Типове длъжности в медиите. Особенности на организационните структури в медийната сфера. Оценка на структурите.
19. Специфика на медийната аудитория.

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)

20. Компютърно-опосредстваната комуникация като феномен на културата. Раждането на световната компютърна мрежа. Интернет и уеб.
21. Базови характеристики на онлайн медиите. Медиаморфоза. Трансформации в журналистическата професия: нови професионални роли, компетенции и стандарти.
22. 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).
23. 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.
24. Комуникационният процес в рекламата. Организации на рекламния бизнес. Мотивационни модели в рекламата. Носители и специфика на рекламните канали.
25. Основни тенденции в прехода на българските медии към демократизиране и европейска интеграция.
26. Политиката като обществено явление и обект на изследване. Медии и политика.
27. Медийна регулация. Регулаторни, технологични и социални практики.
28. Същност и дефиниции на връзките с обществеността. Обществено мнение - зараждане, разгръщане, капани и функциониране на общественото мнение.
29. Имиджмейкърство и управление на медийния имидж. Технология на изграждане на имиджа. Фактори за успешно имиджово управление.
30. Цели, организация и управление на кризисния ПР.

## 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:**

- 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.
- Ангов, Константин, съст. *Психотехника на убеждаващото въздействие.* София, 1992.
- Ангов, Константин. *Телевизионната среда.* София, 2002.
- Ангов, Константин. *Телевизията. Нови термини и съчетания.* София, 2000.
- Андреева, Л. *Отвъд видимото.* София, 1999.
- Борисова, Евдокия. *Жанрове в медиите.* Шумен, 2011.
- Върбанова, Л. *Спонсорство и дарителство в изкуствата.* София, 1997.
- Генчев, Николай. *Социално-психологически типове в българската история.* София, 2011.

- Дееничина, Мария. *Между фанфарите и заклинанията*. София, 2010
- Доганов, Д., Ф. Палфи. *Рекламата, каквото е*. Варна, 2000
- Златева, М. *Репортер, репортерство, репортаж*. София, 1999.
- Иванчевич, Дж. М., Дж. Х. Донъли младши, Дж. Л. Гибсън. *Основи на мениджмънта*, София, 1997.
- Каменов, Д. *Фирмено планиране, прогнозиране и контрол*. София, 1999.
- Карабельова, С. *Управление и развитие на човешкия потенциал*. София, 2004.
- Кафтанджиев, Хр. *Хармония в рекламната комуникация*. София, 2000.
- Константинова, С. Трансформирана компетентност: квалификационен профил на онлайн журналиста. *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013 г.
- Кулевски, Цветан. *Риторика на публичното послание*. София, 2007.
- Кунчик, М., Ципфел, А. *Въведение в науката за публицистика и комуникации*. София, 1998.
- Маринов, В. *Мултимедийният нюзрум в България*. София, 2012.
- 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.
- Мечков, Борил. *Продуцентът и предизвикателствата на новото аудиовизуално пространство*. София, 2002.
- Митев, Петър-Емил. *Иван Хаджийски, четен днес*. София, 2007.
- Михалев, И. *Вестникът в епохата на интернет*. София, 2011.
- Николов, Б. *Жанрови форми на масовата комуникация*. София, 1989.
- 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“.
- Павлова, И. *Да споделяш в облаците. Новите медии и журналистиката*. София, 2012.
- Панайотов, Филип. *Вестници и вестникари*. София, 2008.
- Петрова, А. *Потребителско поведение и рекламата*. София, 2004.
- Петрова, А., *Психология на рекламата*. София, 1999.
- Попова, Мария. *Виртуалният човек. Социално-комуникационни особености на интернет потребителя*. София, 2005.
- Попова, Снежана. *Радиокомуникация*. София, 1997.
- Райчева, Л. *Творческият процес в телевизията. Организация, управление и програмиране*. София, 1991.
- Семов, Марко. *Българска народопсихология*. София, 1996.
- Станчева, А., *Организация на управлението*. Варна, 2004.
- Станчева, А., *Основи на управлението*. Варна, 2003.
- Стойков, Любомир, Валерия Пачева. *Връзки с обществеността и бизнескомуникация*. София, 2007.
- Стойков, Любомир. *Култура и медии*. София, 2006.
- Стойков, Любомир. *Управление на връзките с обществеността*. София, 2007.
- Стойков, Любомир. *Facebook комуникация*. София, 2012.
- Тодоров, Петко. *Българските медии по маршрут „Евроинтеграция“*. София, 2007.
- Тодоров, Петко. *Етюди по иновации в масмедийте*. София, 2003.
- Тодоров, Петко. *Медийни технологии*. София, 2013



- Тодоров, Петко. *Медии в криза*. София, 2011.
- Тодоров, Петко, Стела Константинова. *Реклама и медии*. София, 2013.
- Томова, Биляна. „Пазарна трансформация на културната сфера”. В Пазарна трансформация на социално-културната сфера. София, 2007.
- Томова, Биляна. „Медиите в аспекта на културните и творчески индустрии.” *Научни трудове на УНСС*, т. 3, 2013 г.
- Томова, Биляна. *Ефикасност на публичните разходи за филмовата индустрия*, „Политики” 9/2009,  
[http://politiki.bg/?cy=153&lang=1&oi=22345&om=readInternal&op\\_id=568](http://politiki.bg/?cy=153&lang=1&oi=22345&om=readInternal&op_id=568)
- Томова, Биляна. *Изкуство и пазар*. София, 2003.
- Томс, Жюстин. *Интернет рекламата*. София, 2005.
- Томс, Жюстин, и др. *Първите в българския интернет*. София, 2003.
- Филева, Петранка. *Икономика на средствата за масови комуникации*. София, 1998.
- Филева, Петранка. *Медии и пари*. София, 1999.
- Фокс, Уолтър. *Как се пишат новини. Наръчник за журналисти от печата*. София, 2005.
- Харизанова, М. и др. *Управление – теория и практика*. София, 2002.
- Хербст, Йосиф. *Вчера, днес и утре*. София, 2007.
- Христов, Ивайло. *Публицистика и национална самобитност*. София, 2012.
- Христов, Ивайло. *Българинът в глобалния свят*. София, 2011
- Цанкова, Светла. *Въведение в медиазнанието*. София, 2007.

#### **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.
- 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.
- Hall, J. *Online Journalism: A Critical Primer*. London, 2001.
- 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.
- Pavlik, J. *Journalism and New Media*. New York, 2001.
- 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.

