



## ПРОГРАМА

ЗА КОНКУРСЕН ИЗПИТ ЗА ДОКТОРАНТИ ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ  
3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ – 2018/2019 г.

1. Имидж и престиж. Персонална, персонализирана и персонифицираща информация в журналистиката – прилики и разграничения.
2. Социална ефективност на персоналната пропаганда. Гносеологически и социално-психологически, аксеологически и културно-исторически фактори и предпоставки за нейното въздействие.
3. Престиж. Носители на престижа. Престиж и социален статус. Символи и знаци на престижа.
4. Социална роля и авторитет. Функционален, индукционен и ситуативен авторитет. Корпоративен имидж - основни характеристики.
5. Персонален престиж и персонален имидж. Елит , знаменитости, "звезди". Фирми - "звезди" и фирми-еталон.
6. Имидж и мит. Характеристика на мита. Политически митове. Най-разпространени персонални и корпоративни митове в западноевропейската и американската журналистика.
7. Образът на елита. Семиотичен анализ на персоналния имидж в елитната западноевропейска преса.
8. Принципи и методика на аксеологематичния анализ – вид контент-анализ на ценностно натоварените послания.
9. Моделиране на персоналния имидж на политик по време на изборна кампания. Етапи при създаването на персоналния имидж.
10. Телевизионна и прескампания – прилики и отлики. Българският опит при национални и местни избори.
11. Корпоративен имидж. Етапи при трансмедиялното му изграждане. Корпоративна култура и корпоративни отговорности. Интеркултурни взаимодействия.
12. Имидж и бранд. Характеристика на брендовете. Видове брендове. Бранд и политически маркетинг.
13. Скандалът и персоналният имидж. Скандалът като медийна технология.
14. Имидж традицията в САЩ. Съпоставка с европейската имидж традиция.

15. Негативната персонална реклама в западноевропейските и американските медии. Информационно и ценностно сатанизиране.
16. Корпоративния имидж на фирмите и персоналният имидж на бизнесмена и администратора в западната и американската елитна и сензационна преса. Опитът на българската седмична преса.
17. Персоналният имидж на “звездите”. Интервю, очерк-портрет, репортаж – преобладаващи жанрове при обрисване на българските “звезди на свободното време”.

### **Библиография:**

1. АРКАДИЙ ОСТРОВСКИ. Русия – от Горбачов до Путин. С., 2016. First edition. Arkady Ostrovsky. The Journey from Gorbachev’s Freedom to Putin’s War. London, 2015.
2. БАЙКО БАЙКОВ. Брендингът – предизвикателство към съвременната политическа теория. Велико Търново. 2007.
3. ВЕЛИЧКО РУМЕНЧЕВ. Невербалната комуникация в публичната реч и деловото общуване. С., 2006.
4. В.Я. ПРОП. Исторически корени на вълшебната приказка. С., 2005.
5. ГЕОРГИ Л. МАНОЛОВ. Политическият имидж. П., 2006.
6. ГЕОРГИЙ ПОЧЕПЦОВ. Комуникативные технологии двадцатого века. Киев, 2001.
7. ГЕОРГИЙ ПОЧЕПЦОВ. Имидж: от фараонов до президентов. Киев: Библио-Глобус. 2007.
8. ГЕОРГИЙ ПОЧЕПЦОВ. Имиджеология. Москва: Рефл-Бук. 2000.
9. НАТАЛИЯ УШАКОВА, А. Ф. Стрижова. Имиджеология. Москва: Дашков. 2009.
10. ЖАК СЕГЕЛА. Холивуд пере най-добре. Азбука на рекламата в бизнеса и политиката. С., 2004.
11. ЖАК СЕГЕЛА. Имало едно време избори. С., 2005.
12. ЗДРАВКО РАЙКОВ. Корпоративен гражданин. Печелившият бизнес. С., 2004.
13. МАРГАРИТА ПЕШЕВА. Телевизията – политическата машина. С., 1992.
14. МИЛКО ПЕТРОВ. Персоналният имидж. Изграждане, контрол, рецепция. С., 2005, 2013.
15. МИЛКО ПЕТРОВ. АМЕРИКА – СОЦИАЛНИЯТ ТРОПИК. Социум и медии на САЩ от Пулицър до Мърдок. С., 2011.

16. МИЛКО ПЕТРОВ, МАРИЯ ПОПОВА, МАРИЯ ВАЗИНСКИ. Медияте в Европа. С., 2012.
17. РУДОЛФ ДЖУЛИАНИ. Лидерството. С., 2003.
18. AMERICAN HEROES IN A MEDIA AGE. Ed. by Susan J. Drucker, Robert S. Catchcart. Cresskill, N.J., 2014.
19. DAVID CHAGALL. The New Kingmakers. N.Y., 2001.
20. DAN NIMMO, JAMES E. COMBS. Subliminal politics. Myths and Mythmakers in America. Englewood Cliffs. New Jersey. 2009.
21. CHARLES W. DUNN. The Scarlet Thread of Scandal, Morality and American Presidency. Lanham, Mass., 2000.
22. EDWIN DIAMOND and STEPHEN BATES. THE SPOT. The Rise of Political Advertising on Television. Cambridge, Mass., 2014.
23. ELIZABETH LOSH. Virtualpolitik. An Electronic History of Government Media-Making in a Time of War, Scandal, Disaster, Miscommunication, and Mistakes. Cambridge, Mass., 2009.
24. GAIL SHEEHY. CHARACTER. America's Search for Leadership. N.Y., 2010.
25. GLOBAL AND MULTINATIONAL ADVERTISING. ED. BY BASIL G. ENGLIS. HILLSDALE, N.J., 2009.
26. HOWARD KURTZ. Spin Cycle. Inside the Clinton Propaganda Machine. N.Y., 1998.
27. KATHLEEN HALL JAMIESON. Packaging the President. N. Y., 2014.