



КОНСПЕКТ

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление
3.5. Обществени комуникации и информационни науки

**Медии и комуникации – Връзки с обществеността и комуникационно
въздействие 2026/2027 г.**

1. Комуникацията като социален процес. Еволюция на комуникационните модели – Аристотел, Ласуел, Шенън и Уивър, Шрам, Берло, Малецке, Роджърс. Съвременни интерпретации на комуникационния процес.
2. Убеждаваща комуникация: когнитивни и социално-психологически предпоставки за оказване на комуникационно въздействие. Процеси на промяна и използване на нагласите. Ролята на поведенческите закономерности при комуникационното въздействие.
3. Социални технологии за комуникационно въздействие: пропаганда, връзки с обществеността, реклама и медии. Дефиниции, взаимовръзки, прилики и различия.
4. Обществено мнение - същност, основни характеристики и механизми на формиране. Теория за спиралата на мълчанието (Ноел-Нойман). Роля на медиите и публичния дебат.
5. Публична сфера и комуникационна власт. Концепцията за публичността на Юрген Хабермас. Медии, демокрация и гражданско участие. Трансформации на публичната сфера в дигиталната среда.
6. Връзки с обществеността – възникване, история и съвременни концепции. Основни модели на PR според Грюниг и Хънт. Едуард Бернайс и Айви Лий. Социална роля, функции и принципи на PR.
7. PR като стратегическа управленска функция. Организационно-публична система – същност, компоненти и характеристики. Стратегии и тактики на PR. Изследвания и планиране в PR дейността.
8. Имидж, идентичност, корпоративен бранд и репутация. Репутацията като стратегически актив. Управление на репутацията и общественото доверие.
9. Кризисни комуникации и управление на репутационни рискове. Ситуационна теория за кризисните комуникации на Кумбс. Комуникационни стратегии и възстановяване на доверието.
10. Дигитална трансформация на публичните комуникации. Социални медии, онлайн общности и мрежови публики. Дезинформация, фалшиви новини и комуникационни рискове.

11. Платформена комуникация и мрежово общество. Концепцията за мрежовото общество на Мануел Кастелс. Алгоритмична медиация, платформена публичност и комуникационна власт.
12. Изкуствен интелект и стратегически комуникации. Генеративен изкуствен интелект, автоматизирано създаване на съдържание, етични предизвикателства, прозрачност, доверие и комуникационна отговорност.
13. Межкултурна комуникация и културни идентичности. Културни измерения на Герт Хофстеде. Корпоративна култура, глобализация и комуникация в мултикултурна среда.
14. Етика на публичната комуникация. Социална отговорност, професионални стандарти и етични предизвикателства в дигиталната среда.
15. Стратегически комуникации и управление на заинтересованите страни. Същност и развитие на концепцията за стратегическите комуникации. Теория за заинтересованите страни (stakeholder theory). Изграждане и поддържане на взаимоотношения с публики и заинтересовани страни в динамична комуникационна среда.

Библиография:

- Брекенридж, Д., PR 2.0: нови медии, нови средства, нова комуникация, С., 2009.
- Бернайс, Формиране на общественото мнение, С, Изток-Запад, 2020
- Бернайс, Пропаганда, С., Изток-Запад, 2019
- Вангелов, Н., Рекламни кампании във Фейсбук и Инстаграм , ISBN:978-619-7572-04-9, С., Недланд
- Доулинг, Г., Създаване на корпоративна репутация, С., Рой Комюникейшън, 2005.
- Кастелс, М., Информационната епоха: Икономика, общество и култура. Том 1: Възходът на мрежовото общество, С., ЛИК, 2004.
- Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г., Ефективен пбблик рилейшънс, С., Рой Комюникейшън, 2007.
- Ласуел, Х. и др., Комуникацията, С., 1992.
- Михайлов, Н., Комуникацията – социален и морален контекст, С., Мейкър Артс, 2016.
- Михайлов, Н. Комуникация и социални мрежи – за силата на споделянето и реалността на свободата, New media 21, 2022, ISSN (online): 1314-3794
- Ноел-Нойман, Е., Спиралата на мълчанието, С., Люрен, 2004.
- Петев, Т., Теории за масовата комуникация, С., 2004.
- Петев, Т., Комуникационната спирала, С., 2008.

Петкова, Д., Религиозност, идентичност и постмодерност. Изследвания по интеркултурна комуникация и съпоставителна народопсихология, С., Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2024.

Петкова, Д., Изкуствен интелект и чатботове в копирайтинга – от революция в комуникацията до фолклоризация на дигиталната постмодерност. – В: Медии и език, бр. 13, 2023.

Петкова, Д., Ефтимова А. (съст.) Комуникация във времена на глобални кризи., София: СУ, 2026

Райков, З., Креативната комуникация, С., Дармон, 2010.

Рийс, А., Рийс, Л., Залезът на рекламата и възходът на пбблик рилейшънс, С., 2003.

Серафимова, М., PR в дигиталната ера, С., Ентусиаст, 2020.

Серафимова, М., PR – теоретични основи и историческо развитие, С., В. Недков, 2020.

Серафимова, М., Технология на протеста като форма на комуникация в съвременната информационна среда и ролята на изкуствения интелект. New media 21, 2026.

Хабермас, Ю., Структурни изменения на публичността, С., 1995.

Хофстеде, Г., Култури и организации. Софтуер на ума, С., 2001.

Ценкова, Мирослава, Иновации в дигиталната комуникация на бизнес организациите, Ноу Хау Дизайн, С., 2023

Чалдини, Р., Влиянието. Психология на убеждаването, С., 2005.

Botan, C. H. (ed.), The Handbook of Strategic Communication, Wiley-Blackwell, 2021.

Coombs, W. T., Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, Thousand Oaks, CA, SAGE, 2023.

Kelleher, T., Public Relations, New York, 2021.

Newsom, D., Turk, J. V., Kruckeberg, D., This Is PR: The Realities of Public Relations, Boston, 2013.

Seitel, F. P., The Practice of Public Relations, Boston, Pearson, 2017.

Smith, R. D., Strategic Planning for Public Relations, New York, 2017.

Stacks, D. W., Primer of Public Relations Research, New York, 2017.

Tench, R., Yeomans, L., Exploring Public Relations and Management Communication, Harlow, Pearson, 2020.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Public Relations: Strategies and Tactics, Boston, 2015.