

СЪДЪРЖАНИЕ

Илиана Павлова Мениджмънт на отношенията в онлайн политическите комуникации	7
Стефан Серезлиев Политическият бранд: криза на бранд наративността	12
Иво Инджов Левият популизъм като шанс за демокрацията: „Подemos“ и авангардната политическа комуникация	19
Zoran Jevtovic, Zoran Aracki Multicultural Communication in Serbian Public Space	27
Александър Христов Съвременните политически комуникации: етика и професионализъм	34
Валентина Бонджолова Езикът на предизборните реклами	37
Евелина Христова Избори 2016. Личните страници на кандидатите във Фейсбук	43
Райна Душкова Разкритията в политическата кампания за президентски избори 2016	60
Соня Иванова-Игнатова Изграждане на политически имидж чрез предизборни новини и послания (Президентските избори 2016 г.)	68
Антон Гецов Медийният политически дискурс, или как корупцията на езика еволюира	76
Андреана Ефтимова Брюкселски новогovor или популистко говорене в политиката и в медийното отразяване на политически събития	83
Гергана Кушева Манипулативни езикови похвати, използвани при създаването на образа на британския политик в таблоидите <i>The Sun</i> и <i>The Daily Mirror</i>	91
Мехмед Юмер Медиите в Турция в оковите на властта и ерозията на турската журналистика	95
Фани Маздрашка-Михова Не/Възможното журналистическо отразяване: регионални ракурси към особеностите на медийната работа по време на избори	99
Марина Маринова Ролята на телевизионното интервю в предизборната комуникация	105
Ивалинка Пенчева Ролята на връзките с обществеността при изработването на управленски решения	112
Мария Иванова PR и мястото им в интегрираните комуникации	119
Пламена Пенчева Значението на комуникацията като част от управленския процес	123
Авторите на броя	127

TABLE OF CONTENTS

<i>Iliana Pavlova</i> Relationship Management in Online Political Communications	7
<i>Stefan Serezliev</i> Political Brand: Crises of Brand Narrative	12
<i>Ivo Indzhov</i> Left Populism as a Chance for Democracy: Podemos and the Avantgarde Political Communication	19
<i>Zoran Jevtovic, Zoran Aracki</i> Multicultural Communication in Serbian Public Space	27
<i>Alexander Christov</i> Contemporary Political Communications: Ethics and Professionalism	34
<i>Valentina Bondzholova</i> The Language of Pre-Election Advertising	37
<i>Evelina Christova</i> Elections 2016. The Facebook Pages of the Candidates	43
<i>Rayna Dushkova</i> The Revelations in the Presidential Elections Political Campaign in 2016	60
<i>Sonya Ivanova-Ignatova</i> Creating a Political Image by Preelection News and Messages (Presidential Elections 2016)	68
<i>Anton Getsov</i> Political Discourse in the Media, or How Corruption of Language Evolves	76
<i>Andreana Eftimova</i> Brussels Newspeak or Populist Rhetoric in Politics and in Media Coverage of Political Events	83
<i>Gergana Kusheva</i> Manipulative Linguistic Devices Used in the Creation of the Image of the British politician in <i>The Sun</i> and <i>The Daily Mirror</i> tabloids	91
<i>Mehmed Yumer</i> The Media in Turkey Under Government Control and the Erosion of Turkish Journalism	95
<i>Fani Mazdrashka-Mihova</i> Im/Possible Journalism: Regional Perspectives of the Characteristics of Media Work During Elections	99
<i>Marina Marinova</i> The Role of the TV Interview in Preelection Communication	105
<i>Ivalinka Pencheva</i> The Role of Public Relations in Elaborating Management Decisions	112
<i>Maria Ivanova</i> PR and Their Place in Integrated Communications	119
<i>Plamena Pencheva</i> The Importance of Communication as Part of the Management Process	123
<i>Authors</i> in this Issue	127