

ВЕЛИКОТЪРНОВСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ“
“ST. CYRIL AND ST. METHODIUS” UNIVERSITY OF VELIKO TARNOVO
ФИЛОЛОГИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ
FACULTY OF MODERN LANGUAGES
КАТЕДРА „ЖУРНАЛИСТИКА И ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“
DEPARTMENT OF JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК

1/2017

Тема на броя:
МЕДИИ И ИЗБОРИ

21ST CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS

1/2017

Theme of the Volume:
MEDIA AND ELECTIONS



Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“
Велико Търново, 2018
“St. Cyril and St. Methodius” University Press
Veliko Tarnovo, 2018

МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК

21ST CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

Илиана ПАВЛОВА (ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, България) – **главен редактор**,
Иво ИНДЖОВ (ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, България) – **отговорен редактор на броя**,
Фотини ЕГЛЕЗУ (Институт по реторика и комуникационни изследвания, Гърция),
Зоран ЙОВАНОВИЧ (Университет в Ниш, Сърбия),
Стефан СЕРЕЗЛИЕВ (ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, България),
Христина ХРИСТОВА (ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, България).

EDITORIAL BOARD

Iliana PAVLOVA (“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria) – **Editor-in-chief**,
Ivo INDZHOV (“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria) – **Editor of the volume**,
Fotini EGGLEZOU (Hellenic Institute of Rhetorical and Communication Studies, Greece),
Zoran JOVANOVIĆ (Univerzitet u Nisu, Srbija),
Hristina HRISTOVA (“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria),
Stefan SEREZLIEV (“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria).

АДРЕС НА РЕДАКЦИЯТА

Филологически факултет,
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“,
ул. „Теодосий Търновски“ 2,
5003 Велико Търново, България

стая 560, тел. +359 62 618 389
media21@uni-vt.bg

EDITORIAL ADDRESS

Faculty of Modern Languages,
“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo,
2 Teodosi Tarnovski St.,
5003 Veliko Tarnovo, Bulgaria

Room 560, tel. +359 62 618 389,
media21@uni-vt.bg

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