

ВЪПРОСНИК

за кандидат – докторантски изпит
по професионално направление 2.1. Филология
научна специалност:

"Общо и сравнително езиковедие/Интеркултурна комуникация/"

Раздел 1: Интеркултурна комуникация

1. Същност на интеркултурната комуникация – възникване и развитие, подходи за изследване на интеркултурната комуникация, основни понятия в интеркултурната комуникация.
2. Култура – същност, функции, характеристики, елементи.
3. Ценностни ориентации и измерения на културната вариативност – възгледите на Клакхон и Стродбек, Едуард Хол, Геерт Хофстеде.
4. Усвояване на родната култура и усвояване на чуждата култура – инкултурация и акултурация.
5. Проблемът за другостта в културата – понятието за другия в културата, несигурност и безпокойство при общуване с други, етноцентризъм.
6. Културни възприятия, стереотипизация, предразсъдъци и дискриминация, културен релативизъм.
7. Културна адаптация – понятие, фази, модели на културната адаптация.
8. Култура и комуникация – интеркултурни аспекти на вербалната и невербалната комуникация.
9. Мултикултурализъм – историческа и съвременна перспектива.
10. Интеркултурно обучение и интеркултурна компетентност.
11. Динамика на културата – еволюция на теоретичните възгледи.
12. Културните иновации в диахронна и синхронна перспектива.
13. Културна дифузия – функции и характеристики, обекти на културна дифузия.
14. Лексикално заемане – понятие за лексикология, чуждоезиковите заемки в лексикалния пласт на книжовния език.
15. Глобализация и динамика на културата – гледни точки за глобализация на културата, културна идентичност.

Раздел 2: ПР и комуникация

16. Комуникационна теория: комуникатор, съобщение, канал, адресат, контекст. Основни комуникационни теоретични традиции – семиотична, кибернетична, социално-психологическа, реторична. Базови комуникационни модели: Аристотел, Ласуел, Шрам, Малецке, Роджърс, Томсън. Влиятелни комуникационни концепции: Мийд (символният интеракционизъм), Тибо и Кели (теория за социалния обмен), Бергер (теория за редуциране на несигурността), Фишер (наративната парадигма).
17. Структура на масовата комуникация. Разлики и прилики между междуличностна, групова и масова комуникация. Масова комуникация и медии: ограничен ефект на медиите, публичен дневен ред, общественото мнение и спиралата на мълчанието, мрежово общество.

18. Комуникационни технологии: връзки с обществеността, пропаганда, реклама, журналистика, маркетинг. Дефиниции, взаимовръзки и разлики. Социалната роля на връзки с обществеността: историческо развитие, етика и професионализъм. Теоретични модели (на Груниг и Хънт) във връзките с обществеността – прес-агентство/публичност, публична информация, двустранен асиметричен модел, двустранен симетричен модел.
19. Съвременни проблеми на пбблик рилейшънс теорията. Постмодернизъм и критични изследвания. Пбблик рилейшънс в светлината на културните проблеми и глобалното общество. ПР 2.0 и ПР 4.0. Комуникационни модели в ПР. Същност на ПР практиката. Етичен и „черен“ ПР. Глобални и интеркултурни аспекти на ПР.
20. Изследвания в дейността по ПР: цели, изследователски стратегии, методи за изследване, количествен и качествен анализ на медийно съдържание; креативни техники за изследване и анализ; изследване на манипулативни техники в медийното съдържание. Оценка на ПР ефекта. Изследване на общественото мнение. Видове, методология и инструменти. Анализ на тенденции. Експресни проучвания. Експертни оценки.
21. Убеждаваща комуникация. Ефект на трансформиране. Механизъм на убеждаването. (Аристотел, Ч.Христов, У. Шрам и др.). Редефиниране на модела на света (Д. Робъртс). Когнитивен дисонанс. Дифузия на иновацията (Е.Роджърс). Фактори на убеждаващата комуникация. Комуникационни бариери. Стереотипи, предубеждения и предразсъдъци (Ч.Христов; З.Райков).
22. Обществено мнение: същност, дефиниране от гледна точка на ПР. Измерения по Кътлип, Сентър и Бруум. Функция (В.Пенев) и характеристики. Медии, ПР и лидери (ЛОМ) в цикличния модел на общественото мнение. Каскаден модел на Карл Дойч. Същност на ЛОМ. Съвременни измерения на общественото мнение. Масмедийни въздействия (Малецке). Конструирание на медиен, обществен и политически дневен ред. Медийно вратарство. Култивация и конвергенция.
23. Понятието имидж. Дефиниране на имиджа – същност и видове. Корпоративен имидж и корпоративна репутация. Трансформации и деформации на имиджа в следствие на външни и вътрешни фактори. Трансфер на имидж и/или репутация. (Абрат, Ботън, Ван Риъл, Арджънти, Доулинг, Харис, Олинс и др.). Класификация на видовете имидж. (Американски подход, Европейски подход, Руска школа)
24. Множественост на идентичността. Таксономия на корпоративната идентичност. Класификация на Съонен и Муанжон. Идентичността като генератор на имиджи. Културата в подкрепа на индивидуалността, идентичността и имиджа. „Пъзел на имиджа“ на Ш. Харисън. Структура на културата. Промяна на идентичността (Уайт) и форми на идентичността (Олинс и Инд). Лансиране на нова идентичност (Уайт).
25. Имидж и репутация: Доулинг, Елеърн; Фомбърн и Ван Райъл; Рейнер и Шърмън. Структурен модел на макроимиджа (Венелинова). „Пирамида на имиджа и репутацията“ на Доулинг.
26. Същност на корпоративните комуникации: цел, обхват и корпоративен ПР; ключови публикации. Корпоративно гражданство и социална отговорност (Котлър и Лий). Благотворителност. Маркетингови подходи. Спонсорство. Корпоративна реклама.

27. Понятие за пбблик афеърс (ПА), тясно и широко разбиране. Същност на двустранния процес при ПА. Лобиране. Управляване на проблеми.
28. Същност на кризата. Типове кризи (Нюсъм, Търк и Крукеберг; Райков). Стратегии на кризисна комуникация. Принципи на кризисния мениджмънт.
29. Същност, планиране, организация, изпълнение, мониторинг и оценка на ефективността на ПР кампанията. Разработване на комуникационни програми и планове. Стратегическо планиране на комуникационната политика.
30. Аспекти на взаимодействието на ПР и маркетинга. Модели по Котлър и Миндак. Ефективност на ПР подкрепата. Брандинг и технологии за корпоративно брендиране в условията на глобализация. Маркетинговият ПР (МПР) като „добавена стойност“. Дефиниране на МПР. Целеви области на приложение на МПР.

ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

По раздел 1:

1. **Андерсън, Б.** *Въобразените общности*. София: Критика и хуманизъм, 1998
2. **Андонов, Ал., Пл. Макариев** /ред/. *Интеркултурно образование*. С., Минерва, 1996
3. **Аретов, Н.** *Да мислим Другото - образи, стереотипи, кризи XVIII - XX век*. 2001
4. Ападурай, А. *Свободната модерност: Културни измерения на глобализацията*. 2006
5. **Асман, Ян.** *Културната памет*, София: Планета 2001.
6. **Барт, Р.** *Въображението на знака*. София: Народна култура 1991.
7. **Бауман, З.** *Глобализацията*, София: ЛИК, 1999.
8. **Бек, У.** *Що е глобализация?* София: Критика и хуманизъм,
9. **Бодрияр, Ж.** *Глобализацията като културен шок*. С., 2008
10. **Бузера, Й., Е.Димитрова, О. Кайтер, Н.Паня, Ю.Попова, Ю. Рот, А. Тенеску.** *Основи на интеркултурната комуникация*. Велико Търново, Фабер, 2012, 227 с., ISBN 978-954-400-834-5.
11. **Грушевицкая, Т.Г., В.Д. Попков, А.П. Садохин.** *Основи межкултурной коммуникации*. Москва, Юнити, 2002.
12. **Дичев, Ив.** *От принадлежност към идентичност*, София: ЛИК, 2002.
13. *Идеи в културологията*. Т. 1 и 2. (Съст. Ив. Стефанов, Д. Гинев) София: Университетско издателство "Св. Кл. Охридски", 1990, 1993.
14. *Ното culturalis (Идеи в културологията*. Т. 3. Съст. Д. Гинев) София: Университетско издателство "Св. Кл. Охридски", 1998.
15. **Игълтън, Т.** *Идеята за култура*. София: Критика и хуманизъм 2003.
16. *Интеркултурна комуникация. Сборник*, Унив. Изд. Св. Кл. Охридски. 2007
17. **Златева, М., Т. Петев, О. Спасов** (състав.). *Европейска интеграция и интеркултурна комуникация*. Унив. Изд. „Св. Кл. Охридски“. 2004
18. **Минков, М.** *Защо сме различни*. С., Класика и Стил, 2002

19. **Попова, Ю.** *Представи за другостта в България в светлината на интеркултурната комуникация.* Изд. център на Русенски университет. 2014, 181 с., ISBN: 978-954-712-605-3
20. **Рот Ю., К. Рот.** *Студии по интеркултурна комуникация,* С. 2007
21. **Рот. Ю., Ю. Попова.** *Ръководство по интеркултурна комуникация.* Русе, 2010.
22. **Сотирова, М.** *Интеркултурни процеси в образованието.* 2010
23. **Тейлър, Ч.** *Мултикултурализъм,* София: Критика и хуманизъм 1999.
24. **Тодоров, Ц.** *Завладяването на Америка. Въпросът за другия.* София: Университетско издателство 1992.
25. **Хофстеде, Х.** *Култури и организации. Софтуер на ума.* С., Класика и Стил, 2001
26. **Чонгарова, И.** *Интеркултурната комуникация.* Пловдив, 2002
27. **Bennett, J.M.** *Basic Concepts of Intercultural Communication.* Intercultural Press. 1998
28. **Chen, Guo-Ming, W.J. Starosta.** *Foundations of Intercultural Communication.* Englewood Cliffs: Prentice Hall 1997
29. **Gudykunst, W.B., Y.Y. Kim** (eds.): *Communicating with Strangers. An Approach to Intercultural Communication.* New York 1992.
30. **Rogers, E.M., Th. M. Steinfatt.** *Intercultural Communication.* Prospect Heights: Waveland 1999
31. **Samovar, L.A.; R.E. Porter.** (eds.) *Intercultural Communication. A Reader.* Belmont, Cal.: Wadsworth 1994, 1997.

По раздел 2:

1. Бондиков, Венцеслав. Манипулации в комуникацията. С., 2007
2. Братанов, Пламен. Моделиране в социалната комуникация. Блг., 2006
3. Доулинг, Греъм. Създаване на корпоративна репутация. С., Изд. „Рой Комюникейшън“, 2005
4. Златева, М. Мостове към консенсуса. Пъблик рилейшънс. Журналистика. Медии. С., УИ „Св. Кл. Охридски“, 2008
5. Люки, Ричард. Управление на кризи. Прогнозиране и преодоляване. С., 2007
6. Кафтанджиев, Христо. Хармония в рекламната комуникация. Много презаредена. С., 2006
7. Котлър, Ф., Н. Лий. Корпоративна социална отговорност. Рой Комюникейшън, С., 2011.
8. Кършакова, Р. Връзки с обществеността или бизнес на доверието. Русе, 2002.
9. Кътлип, С., А. Сентър и Г. Бруум. Ефективен пъблик рилейшънс. С., Изд. „Рой Комюникейшън“, 2010.
10. Марков, Стефан. „Симетричният модел“ на Джеймс Груниг: Възход и упадък на една парадигма в пъблик рилейшънс теорията, <http://www.newmedia21.eu/analizi/simetrichniyat-model-na-dzheyms-grun/>
11. Петев, Тодор. Теории за масовата комуникация. С., 2004
12. Петев, Тодор. Комуникационната спирала. С., 2008
13. Петров, Милко. Персоналният имидж. С., 2005

14. Рийс, А., Л. Рийс. Залезът на рекламата и възходът на публичен рилейшънс. С., Изд. „Класика и Стил“, 2003.
15. Райков, Здравко. PR.Технологията на успеха. С., 2003
16. Райков, Здравко. Корпоративен гражданин. Печелившият бизнес. С., 2004
17. Скот, Дейвид. Новите правила в маркетинга и ПР. С., Изд. „Рой Комюникейшън“, 2009.
18. Станев, В. Какво е и какво не е PR. С., Изд. „CIELA“, 2013.
19. Харис, Т. Л. Добавената стойност на публичен рилейшънс. Рой Комюникейшън, С., 2002.
20. Харис, Т. Л., П. Т. Уолън. ПР през XXI век. Пътеводител за специалисти по маркетинг. С., Изд. „Рой комюникейшън“, 2009.
21. Христов, Чавдар. Как да победим кризата. С., 2002
22. Христов, Чавдар. Убеждаване и влияние. С., 2008
23. Христов, Чавдар. Измерване на кризи. Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“, ФЖМК, том 17, С., 2012, с. 235-254
24. Чакалов, Б., В.Бондииков. Методи за изследване на масовата комуникация. УИ „Св. Климент Охридски“, София, 2015
25. Чутуркова, М., Кризисен PR, 2012
26. Bardhan, N., Weaver, C.K. Public Relations in Global Cultural Contexts: Multi-paradigmatic Perspectives, Routledge, New York, NY, 2011
27. Griffin, E. A First Look at Communication Theory (Eight Edition), McGraw-Hill, New York, NY, 2012
28. Heath, R., O’Hair, H.D. Handbook of Risk and Crisis Communication, Routledge, New York, 2009
29. Littlejohn, S., Foss, K. Theories of Human Communication, (8th. Edition), Thomson Wadsworth, Belmont, CA, 2005
30. Heath, R. Encyclopedia of Public Relations, Thousand Oaks:SAGE, CA, 2005
31. Heath, R. The SAGE Handbook of Public Relations, SAGE Publications, Thousand Oaks, California, CA, 2010

Изготвили: Проф. д-р Ю. Попова и д-р Н. Венелинова

Този въпросник е заверен съгласно чл. 12 от Процедурни правила за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности на Русенски университет „Ангел Кънчев“ с подписа на ръководителя на катедра *Европеистика и международни отношения* към ФБМ проф. д.ик.н. Владимир Чуков. Дата: 29.09.2017