



СМ 414

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ

Приета: прот. № 16 от 25.09.2006 г., актуализирана с прот.№14/07.03.2016 г.

Лектор: доц.д-р Диана Попова

АНОТАЦИЯ

Курсът по Изграждане на имидж разглежда процеса на формиране на имидж в медиите като се анализират носителите на престижа, формите, знаците и проявленията на престижа в чуждестранните и българските медии, както и моделирането на персоналният имидж на известни личности и различните проявления на позитивните и негативните резултати от персоналната реклама в пресата. По време на лекциите студентите се запознават с прилагането на методиката на моделиране на трансмедиялния имидж, както и с имиджмейкърските практики, използвани при формирането на имиджите на известни личности. Това им дава възможност за бърза професионална адаптация като имиджмейкъри, специалисти по връзки с обществеността, журналисти, прес аташета и др.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ

Да създаде в студентите представа за съвременната роля на имиджа като средство на опосредствано социално общуване, въздействие и познание, да обобщи натрупаните до момента знания в сферата на журналистиката, медиазнанието и социалните науки, осмислящи ролята на имидж въздействието в съвременния живот, да предложи овладяването на конкретни техники и умения за имиджово въздействие, както и за анализиране на вече създадени имиджови послания.

ПРЕДПОСТАВКИ

Теоретичните предпоставки за включването на тази дисциплина в корпуса на теоретико-практическото обучение по връзки с обществеността и журналистика са овладяните преди това знания по философия, социология, политология, теории за журналистиката и медиите, медиазнание, теория и практика на текста и журналистически жанрове. Практическите предпоставки са изработени в предходните курсове и семинари по учебна практика, радиожурналистика, пресжурналистика, телевизионна журналистика и др.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Връзки с обществеността	Задължителна	3	30			30	15			15
Журналистика	Избираема	3	30			30	15			15
Психология	Избираема	3	30			30	15			15
Обществени комуникации и информационни науки	Задължителна	3	30			30	15			15
Изграждане на имидж	Задължителна	3	30			30	15			15

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Тема 1. Характеристика на журналистическото въздействие чрез образи. Персонална и персонифицирана информация. Цели и функции на персоналната пропаганда.

Тема 2. Журналистическо внушение чрез персонални имиджи. Персонализираната информация. Ролята на елитните издания и масовата преса за изграждане на имиджи.

Тема 3. Социална ефективност на персоналната пропаганда. Фактори и предпоставки за нейното въздействие. Реализацията на личността, нормите-цели и нормите-рамки в обществото.

Тема 4. Престиж. Носители на престижа. Престиж и социален статус. Символи и знаци на престижа. Видове и форми на социалния престиж. Персонален и придобит престиж.

Тема 5. Социална роля и авторитет. Функционален, индукционен и ситуативен авторитет. Наследен и придобит социален статус.

Тема 6. Персонална перцепция и персонална стереотипизация в медиите. Гносеологически и социално-психологически аспекти на възприятието. Характеристика на възприятието. Оценъчни еталони.

Тема 7. Стереотипизация. Стереотип. Видове стереотипи. Функциониране на социалния стереотип. Социален стереотип и идеал.

Тема 8. Персонален и партиен имидж. Елит, знаменитости, популярност. Характеристика на понятието имидж. Фактори, от които зависи престижа на хората в различни области.

Тема 9. Характеристика на имиджа. Съществуващи дефиниции на имиджа. Четири основни характеристики. Еклектичност на имиджа и неговата рецепция. Етапи, през които преминава имиджа. Имидж и медийна манипулация.

Тема 10. Компоненти на имиджа. Имиджът като инструмент. Имиджите като стандарти. Имиджът като средство за себеизразяване. Имиджи и атитюди. Перцепционна, когнитивна, афективна и конотативна компонента на имиджа. Равнища на структуриране на имиджа.

Тема 11. Моделиране на трансмедиален имидж. Етапи – градиране на потребностите, избор на прототипа, позитивно профилиране, минимализиране на негативния профил, профилиране на опонента, медийна адаптация и контрол на рецепцията на имиджа. Фази на Метода на Ру, Сегела, Кезак и Гудар.

Тема 12. Анализ на фазите в моделирането на трансмедиален имидж. Особенности на всяка фаза. Използвани методи при медийното профилиране на прототипа и на опонента. Ситуация и социална ситуация. Премоделиране на имидж.

Тема 13. Планиране и конструиране на медийния имидж. Основни компоненти и етапи на медийното планиране. Процедури за изграждане и управление на медийния имидж. Схема на PR композицията. Фактори за успешно управление на имиджмейкинга. Печеливша комуникационна стратегия.

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

Планираните дейности и методи за изложение са лекция, обяснение, дискусия, демонстрация (филми, модели, политически и комерсиални реклами и др.), работа с различни източници (печатни и онлайн), работа в платформата Moodle, и др. В курса се използва и самостоятелна работа. На студентите се възлага да разработят курсов проект на тема, свързана с изграждането на персонален или партиен имидж, която трябва да защитят, преди да бъдат допуснати до изпит.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

1. Семестриален изпит – писмен.
2. Курсов проект – анализ на трансмедиялен имидж.
Студентите разработват курсовия проект като използват качените в платформата Moodle материали и посочената препоръчителна литература.
3. Метод за формиране на крайната оценка:
 - а/ 30% от оценката на курсовия проект.
 - б/ 60% от семестриалния изпит.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Брестничка, Р., *Трансфер на имидж*, УНСС, 2010 г.
2. Ефимова, А. *Невербалната комуникация: медии и медиатори*, Сиела, 2008 г.
3. Литвинов, А. „HR Мениджърът. Какъв имидж трябва да изгражда?” Human Capital, 02 Ноември 2011, <http://www.jobs.bg/hc/jobsinbg/1097>
4. Манолов, Г., *Политическият имидж*, Пловдив, 2006 г.
5. Петкова, Е. „Имиджът на жените в българското политическо пространство”, 27 юни 2011, <http://www.newmedia21.eu/author/bookcorner/>
6. Петров, М., *Персоналният имидж. Изграждане. Контрол. Рецепция*, София, второ издание, 2005 г.
7. Петров, М., *Америка: Социалният тропик*, Сиела, 2010 г.
8. *Политическият имидж - парадокс по български*. Сборник. Лятна школа на НБУ. С., 2002 г.
9. Русев, П., *Властта на хората – новият маркетинг*, БГ Книга, 2011 г.
10. Стойков, Л. „Планиране и конструиране на медийния имидж”, <http://alternativi.unwe.acad.bg/br28/03.pdf>
11. Стоянов, Л., „Как да използваме социалните медии за градене на имидж”, 12 април, 2010, <http://stoqnov.biz/708/>
12. Schawbe, D., “Personal Branding”, Feb. 5, 2009, <http://mashable.com/2009/02/05/personal-branding-101/>



СМ 414

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ

Лектор: доц.д-р Диана Попова

1. Характеристика на журналистическото въздействие чрез образи.
2. Журналистическо внушение чрез персонални имиджи.
3. Социална ефективност на персоналната пропаганда.
4. Престиж. Носители на престижа. Престиж и социален статус. Символи и знаци на престижа.
5. Социална роля и авторитет. Функционален, индукционен и ситуативен авторитет.
6. Персонална перцепция и персонална стереотипизация в медиите.
7. Стереотипизация. Стереотип. Видове стереотипи.
8. Персонален и партиен имидж. Елит, знаменитости, популярност.
9. Характеристика на имиджа
10. Компоненти на имиджа. Имиджът като инструмент. Имиджите като стандарти. Имиджът като средство за себеизразяване. Имиджи и атитюди.
11. Моделиране на трансмедиален имидж.
12. Анализ на фазите в моделирането на трансмедиален имидж.
13. Планиране и конструиране на медийния имидж. Основни компоненти и етапи на медийното планиране.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Брестничка, Р., *Трансфер на имидж*, УНСС, 2010 г.
2. Манолов, Г., *Политическият имидж*, Пловдив, 2006 г.
3. Петров, М., *Персоналният имидж. Изграждане. Контрол. Рецепция*, София, второ издание, 2005 г.
4. Петров, М., *Америка: Социалният тропик*, Сиела, 2010 г.
5. *Политическият имидж - парадокс по български*. Сборник. Лятна школа на НБУ. С., 2002 г.
6. Райков, З., *Корпоративен имидж*, София, 2001 г.
7. Русев, П., *Властта на хората – новият маркетинг*, БГ Книга, 2011 г.
8. Сегела, Ж., *Хوليوуд пере най-добре. Азбука на рекламата в бизнеса и политиката*, София, 1991 г.
9. Стойков, Л. „Планиране и конструиране на медийния имидж”, <http://alternativi.unwe.acad.bg/br28/03.pdf>
10. Стоянов, Л., „Как да използваме социалните медии за градене на имидж”, 12 април, 2010, <http://stognov.biz/708/>
11. Schawbe, D., “Personal Branding”, Feb. 5, 2009, <http://mashable.com/2009/02/05/personal-branding-101/>

ANNOTATION

The course is accented on the process of image building in the media through analyzing the patterns of the prestige, its forms, signs and modifications in the foreign and Bulgarian media. Special attention is paid on the method of producing image in the media and also is given argumentation for the use of the axeologematic methodology as an effective tool for a deep analyze of the image content.