

**МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ
НА 21. ВЕК**

Том 3/2019

**21ST CENTURY
MEDIA AND COMMUNICATIONS**

Volume 3/2019



© Авторски колектив, 2019

© Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“, 2019
гр. В. Търново, ул. „Геодосий Търновски“ № 2

ISSN 2603-3089

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

Том 3/2019

Тема на броя:
ЖУРНАЛИСТИКА И PR –
МОДЕЛИ НА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

21ST CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS

Volume 3/2019

Theme of the Volume:
JOURNALISM AND PR –
MODELS OF INTERACTION



Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“
Велико Търново, 2019
“St. Cyril and St. Methodius” University Press
Veliko Tarnovo, 2019

МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК

21ST CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

Илиана ПАВЛОВА – проф. д-р, Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България (медии и комуникации, журналистика, връзки с обществеността, комуникационен мениджмънт, социални медии и мрежи, култура и медии) – **главен редактор**,

Кармен ДЕЛ РОСИО МОНЕДЕРО МОРАЛЕС – доц. д-р, Университет в Малага, Испания (журналистика, радио журналистика, история на журналистиката),

Фотини ЕГЛЕЗУ – д-р, Институт по реторика и комуникационни изследвания, Гърция (реторика и аргументация),

Иво ИНДЖОВ – доц. д-р, Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България (теория и практика на журналистиката, медийна политика и медийна политикономия, социология на медиите, европейска публичност, политически комуникации),

Зоран ЙОВАНОВИЧ – проф. д-р, Университет в Ниш, Сърбия (социология на масовата комуникация, интеркултурна комуникация и медии, медийна култура),

Стефан СЕРЕЗЛИЕВ – доц. д-р, Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България (брандинг, интегрирани маркетингови комуникации, връзки с обществеността, реклама, корпоративна социална отговорност, комуникационен дизайн и визуални комуникации, рекламен дизайн, визуална реторика),

Христина ХРИСТОВА – доц. д-р, Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България (връзки с обществеността, маркетинг на специални събития, корпоративни комуникации, корпоративна социална отговорност, градски брандинг).

EDITORIAL BOARD

Iliana PAVLOVA – Prof. PhD, „St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria (media and communications, journalism, public relations, communication management, social media and networks, culture and media) – **Editor-in-chief**,

Carmen DEL ROCÍO MONEDERO MORALES – Assoc. Prof. PhD, University of Málaga, Spain (journalism, history of journalism, radio journalism),

Fotini EGGLEZOU – PhD, Hellenic Institute of Rhetorical and Communication Studies, Greece (rhetoric and argumentation),

Ivo INDZHOV – Assoc. Prof. PhD, „St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria (theory and practice of journalism, media politics and media political economy, media sociology, European public sphere, political communications),

Zoran JOVANOVIĆ – Prof. PhD, University of Niš, Serbia (sociology of mass communication, intercultural communication and media, media culture),

Hristina HRISTOVA – Assoc. Prof. PhD, „St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria (public relations, special events marketing, corporate communications, corporate social responsibility, urban branding),

Stefan SEREZLIEV – Assoc. Prof. PhD, „St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria (branding, integrated marketing communications, public relations, advertising, corporate social responsibility, communication design and visual communications, advertising design and art direction, visual rhetoric).

Редактор на броя: доц. д-р Иво ИНДЖОВ

АДРЕС НА РЕДАКЦИЯТА

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

стая 512, тел. +359 62 618 346
media21journal@ts.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 512, tel. +359 62 618 346,
media21journal@ts.uni-vt.bg

СЪДЪРЖАНИЕ

<i>Иво Инджов</i> Отношенията ПР – журналистика: между хегемонията на пиара и взаимната колонизация	7
<i>Александър Христов</i> ПР, журналистика и конкуренция за създаване на медийно съдържание	17
<i>Стефан Серезлиев</i> Съвременният ПР: комуникационни перспективи и предизвикателства в контекста на ИМК, брандинга и новите консуматори	22
<i>Ivana Stojanović Prelević, Tatjana Đukić</i> Public Relations and Journalism: the Question of Ethics	28
<i>Йордан Караненчев</i> Функции на копирайтинга и бранд журналистиката в интегрираните маркетингови комуникации	34
Varia	
<i>Анджеј Новосад</i> Клъстерите като социален капитал. Румъния и България – водещи в създаването на медийни клъстери на Балканите	41
<i>Weronika Świerczyńska-Głownia</i> Programming and distribution of content of public broadcaster in Poland. Case study of TVP SA from 1992 to 2015	49
<i>Богомил Калинов</i> Морално несъгласие онлайн. Противоречието или премахването на съдържание в случаи на онлайн омраза е по-ефективно? Систематично литературно ревю	57
<i>Владимир Митев</i> Един друг вид трансгранична журналистика – представяне на журналистическия опит от блога „Мостът на приятелството“	66
<i>Авторите</i> на броя	72
<i>Изисквания</i> към авторите	75

TABLE OF CONTENTS

<i>Ivo Indzhov</i>	
Relationships PR – Journalism: between the PR’s Hemony and the Mutual Colonization	7
<i>Alexander Hristov</i>	
PR, Journalism and Competition for Media Content Creation	17
<i>Stefan Serezliev</i>	
Contemporary PR: Communication Perspectives and Challenges in the Context of IMC, Branding and New Consumers	22
<i>Ivana Stojanović Prelević, Tatjana Đukić</i>	
Public Relations and Journalism: the Question of Ethics	28
<i>Yordan Karapenchev</i>	
Functions of Copywriting and Brand Journalism in Integrated Marketing Communications	34
Varia	
<i>Andrzej Nowosad</i>	
Clusters as social capital. Romania and Bulgaria – leading the creation of media clusters in the Balkans	41
<i>Weronika Świerczyńska-Głownia</i>	
Programming and distribution of content of public broadcaster in Poland. Case study of TVP SA from 1992 to 2015	49
<i>Bogomil Kalinov</i>	
When Trying to Resolve Aggressive Conflicts Online, is it more Effective to Employ Counter-Speech, or is it more Effective to Remove the Aggressive Content?	57
<i>Vladimir Mitev</i>	
Another Kind of Cross-Border Journalism – Making Sense of the Journalistic Experience of the Blog „The Bridge of Friendship“	66
<i>Authors</i> in this Issue	73
<i>Guidelines</i> for authors	76