

БРОЙ 7: РЕТОРИЧЕСКИ ТРЕНИНГИ

СОФИЯ

2020

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ:

проф. д.н. Андреана Ефтимова

д-р Ива Иванова

докт. Йордан Карапенчев

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

проф. д-р Войчех Кайтох

Ягелонски университет, Краков, Полша

проф. д-р Веселина Вълканова

Софийски университет, София, България

проф. д-р Алла Архангелская

Оломоуцки университет, Оломоуц, Чехия

проф. д-р Елжбета Солак

Ягелонски университет, Краков, Полша

проф. д-р Грета Дерменджиева

Софийски университет, София, България

доц. д-р Дана Кожокару

Букурещки университет, Букурещ, Румъния

проф. д-р Тотка Монова

Софийски университет, София, България

проф. д-р Илияна Генов-Пухалева

Варшавски университет, Варшава, Полша

СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР

Донка Александрова. Реторическите тренинги: симбиоза на комуникативната теория и практика	7
---	---

АНАЛИЗИ

Герасим Петрински. Диспозиционно-аргументативни аспекти на ефекта на първенството и ефекта на свежестта: завръщане към класическата реторика	20
Нели Стефанова. Реторическите упражнения – древна практика и модерна необходимост. Комуникативно-тренинговите модели в обучението по реторика	47
Донка Петрова. Тренинги за развитие на просоциалната комуникация на професионалисти	58
Надежда Ванева. Корпоративната култура – мисия, визия, ценности	71
Стоянка Балова. Реторически техники в преговорния процес	82
Михаил Матеев. Исторически и съвременни форми за алтернативно решаване на правни спорове	89

МЕДИЕН МОНИТОРИНГ

Наталия Киселова. Парламентарният дебат – критичен поглед върху практиката (2009 – 2019)	117
Поля Иванова. Телевизионен пиар и поведение пред камера. Аудио-визуални стратегии, практики, умения	137
Андреана Ефтимова. Масовите отклонения от книжовноезиковите норми в медиите – грешки или нови норми?	150
Борис Ценов. Реторически техники в парламентарните дебати	151
Пенка Василева-Георгиева. Прякото онлайн излъчване (live streaming) от министър-председателя във фейсбук като инструмент за комуникация. Някои реторически и комуникационни аспекти	168

ОТЗИВИ

Деница Медарска. Развитие на българо-гръцките културни връзки – реторически аспекти в дейността на сдружение „Аристотел – културен мост“	183
--	-----

ДИСКУСИИ

Росица Йорданова. Реторичен анализ на арт-инсталацията на Давид Черни по проект на тема „Ентропия“ – стереотипи и бариери за разрушаване	199
Максим Мизов. За някои тъмни места в генеалогията и феноменология на тренингите	208

Румяна Крумова-Пешева, Харалампи Пешев. Въздействието върху другия в психотерапевтичната и медицинската практика	226
Адриана Иванчева. Съвременно приложение и демонстрация на античните реторически упражнения „Енкомиион“ и „Етопея“	236
Мариян Васев. Реторически анализ на асансьорната реч	246

Уводни думи

Екипът на сп. „Медии и език“ покани гости за поредния си, седми брой. Той съдържа статии от научния форум по практическа реторика „Семинар – реторически тренинги“, организиран от катедра „Реторика“ на Философския факултет и проведен на 27 септември 2019 г. в Софийския университет.

В семинара взеха участие изследователи от Философския факултет и Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет, от ПУ „Паисий Хилендарски“, от Института за исторически и политологически изследвания, от ВСУ „Черноризец Храбър“, от ВМА-София, от УНСС, от Института за съвременно изкуство, както и практики в сферата на комуникациите.

Надяваме се, че един по-прагматичен подход към публичните комуникации, включващ осъзнаването на необходимостта от упражнения в изкуството да се общува, ще бъде полезен на нашите читатели.

проф. д.н. Андреана Ефтимова

ПРЕДГОВОР

Реторическите тренинги: симбиоза на комуникативната теория и практика

Донка Александрова

Цялата теория е сива, Приятелю!

Но завинаги зелено е дървото на Живота!

Йохан Волфганг Гьоте

Катедра „Реторика”, която вече повече от четири десетилетия подготвя професионални комуникатори за различни области от обществения живот (журналисти, политици, преподаватели, бизнесмени, активисти от неправителствения сектор и др.), периодически организира научно-теоретически конференции по различни теми на историята, теорията и практиката на убеждаващата комуникация. През тази година (27.09.2019 г.) форматът беше сменен – организаторите за първи път си поставиха за цел да проведат Семинар, обединяващ усилията на утвърдени и млади специалисти по комуникация с цел да обсъдят тренингите, техните теоретически и преди всичко приложни аспекти, без които е невъзможно ефективното общуване. Съставът на участниците в Семинара отново недвусмислено подчерта интердисциплинарния характер на реториката – освен преподаватели, докторанти и магистри от катедра „Реторика” в дискусиата участваха философи, социолози, политолози, журналисти, юристи, филолози и др. Организатор на този теоретико-приложен форум беше екип от млади преподаватели и докторанти под ръководството на доц. д-р Нели Стефанова, специалист по политическа и межкултурна комуникация, директор на Магистърската програма „Реторика”.

В организацията на Семинара за първи път участва и катедра „Психология” в лицето на нейния ръководител – доц. д-р **Николай Димитров**. Целта на семинара беше да се изследват различните приложни възможности на реториката в съвременната социокултурна среда. Общ теоретически фундамент постави основният доклад на ръководителката на проекта – „Реторическите упражнения – древна практика и модерна необходимост. Комуникативно-тренинговите модели в обучението по реторика”. В него

доц. Н.Стефанова обедини наследството от „старата класика” (античната и средновековна) реторика с „модерните проявления на убеждаването”. Изследвайки реториката като „метатеория на социалното въздействие с приложение във всички сфери на съвременния социален, политически, икономически и културен живот”, днес ние сме изправени пред предизвикателството на „логоса в неговия електронен вариант”, каза тя. Тренингите като „пресечна точка на древни традиции и модерни перспективи” поставят съвременния учебен процес върху комплексна основа, при което „обучението се базира на преживяването и прекия опит на обучавания”, твърди авторката. Високата степен на взаимодействие се осъществява чрез дискусии, диспути, симулации на реторическата практика и пр., при което най-плодоносният резултат е самооценката на учащия се, при която той осъзнава и подобрява собствените си комуникативни способности. Другият много съществен резултат от тренинговото обучение се наблюдава в ефекта – „материал, преподаван чрез тренингов подход, има пет-шест пъти по-висока успеваемост от този, преподаван по класическите методики”.

Работата на Семинара протече в шест тематични панела. Дискусията в Първа секция, назована: „Реторическите упражнения през Античността и Средновековието” беше открита с доклада на **доц. д-р Герасим Петрински** (ръководител на катедра „Реторика” в СУ „Св. Климент Охридски“ и част от екипа, организирал Семинара), озаглавен: „Диспозиционно-аргументативни аспекти на ефекта на първенството и ефекта на свежестта: завръщане към класическата реторика”. Авторът разглежда два в известна степен противоположни аргументативни модела: когато комуникаторът иска да привлече вниманието и предпостави в известна степен оценката за информацията той я съобщава в началото на общуването – „ефекта на първенството” или се съсредоточава в „ефекта на свежестта”, когато най-важната, най-интересната, най- провокиращата и пр. информация е оставена за края на речта, с цел да предизвика интереса и критичното мислене на слушателите. Двата ефекта водят началото си от древността, но те са активно прилагани и в нашето съвремие. Авторът се позовава на изобилен обем от научни изследвания (антични, средновековни и съвременни), за да „се съсредоточи върху времето между подаването на двете информации и времето за взимане на решение” по отношение на „диспозицията на ораторската реч като цяло, на представянето на аргументацията и на

синтактичната структура на изреченията”. В анализа си авторът обединява изводите на класическата реторика с модерната методология преди всичко в социалната психология. По същество изследването на доц. д-р Г. Петрински е принос не само към история на реториката, но и към сравнителната реторика в българската научна традиция.

Проф. д-р Максим Мизов си постави за цел да говори „За някои тъмни места в генеалогията и феноменологията на тренингите”. Автор на няколко десетки монографии по социология, философия и политология М. Мизов представя полифонична картина на историята и съвременното състояние на тренингите. Анализът му успокоява еуфорията от позитивно отношение към всеобхватното приложение на тренингите, посочвайки „ненужното претоварване с тренингови процедури в редица жизнени сфери, което ги превръща в част, инструмент и гарант на ненаситния пазар”. Обучението по най-съвременни тренингови методи често се представя като панацея за личностно и професионално израстване, като се игнорират редица други професионални и научни предпоставки за това и се достига до човешки трагедии. Като вдига „булото” на много мистерии и странности на използваните днес тренинги авторът разкрива историческите корени на някои представени за открития на деня тренингови практики (напр. мелотерапията – корелацията между хоровото пеене и спадането на нивото на стреса у хората, която води началото си от гимназиите в антична Гърция). Практиката на тренингите съпътства цялата педагогическа и дидактическа теория. Достатъчно е да си припомним диалозите на Сократ, школата на перипатетиците, а в по-ново време – университета на Рабиндранат Тагор в Шанти Никетан (Индия). Тренинговата феноменология се съдържа в шаманските ритуали, видовете магии, култово-обредните практики на религиите. Квинтесенцията в прилагането на тренинговата терапия често се състои във внушението, че Времето и Пространството могат да бъдат поставени „в подвластност на желанието, волята, усърдието и усилията на човека да се движи в съответен ритъм, да му служат всеотдайно, да се движат с хода на неговите потребности, интереси и стремежи.” В действителност това са фиктивни внушения, а реалното съдържание на преобладаващата част от тренинговата философия се състои в манипулиране на човешкото съзнание, за да се внедрят ценности на либералната философия, участието на Тавистокския институт и научното звено на Курт Левин към

Изследователския център за групов динамичен Масачузетския технологичен институт, списание „Междоличностни отношения“ (Human Relations).

Доц. д-р Росица Йорданова последователно в множество студии и статии изследва взаимодействието между реториката и видовете изкуства – музика, архитектура, изобразително изкуство. В настоящия семинар авторката представя „Реторичен анализ на арт-инсталацията на Давид Черни по проект на тема „Ентропа”: стереотипи и бариери за разрушаване”. Предмет на изследване е сатиричното предизвикателство на младия чешки художник Д.Черни към всички европейски страни, членки на ЕС при откриването на арт-инсталацията, наименувана „Ентропа: стереотипи и бариери за разрушаване” (14.01. 2009 г.). В отговор на отрицателните реакции на няколко държави, между които България е най-разгневена, авторът споделя, че произведението му е „просто една шега”, а целта му е „да развесели малко обстановката” като „клишетата за отделните държави бъдат леко иронизирани”. Художественият продукт съдържателно точно отговаря на мотото на чешкото председателство – „Европа без бариери”. Доц. Р. Йорданова категорично защитава авторската позиция, подчертавайки, че неконвенционалното, неоавангардно изкуство на скулптурата със своя визуален език противоречи на „патетичната епидейктика в традиционните представи на националните идентичности в Европа”.

„Съвременно приложение и демонстрация на античните реторически упражнения „енкомион” и „етопея” – така е озаглавен докладът на **д-р Адриана Иванчева**. Авторката изхожда от тезата, че: „за реториката е необходима дарба, но тя трябва да бъде развивана чрез упражнения, опит и знания”, за да акцентира върху добрите резултати в подобряването на ораторските способности на индивида, чрез практикуването на реторическите упражнения (прогимназми): „енкомион” и „етопея”. Тя характеризира структурата, композицията и същността на енкомииона („упражнение по епидейктика в учебните заведения от Античността”) и етопейта („реторическа техника, при която ораторът или авторът представя въображаема реч на реално лице, известна личност, митологичен герой, изобразявайки известните характеристики и склонности на този човек”), за да подчертае ефекта от използването им, а именно: да развиват както творческия и артистичен потенциал на личността, неговия език, стил и способност за

добра аргументация и изразяване на позиция посредством поведение: невербални феномени и знаци.

Вторият панел на семинара с модератор **Надежда Ванева** беше посветен на „Комуникативните техники в медийната реторика“. Дискусията беше открита от **проф. д.ф.н. Андреана Ефтимова** – автор на седем монографии, в които задълбочено и последователно изследва речевата и невербалната комуникация в дейността на медиите и всекидневната езикова практика от позициите на медиалингвистиката, медиастилистиката, социалингвистиката, психоллингвистиката, текстолингвистиката, семиотиката и др. Ан. Ефтимова въвежда термина „брюкселски новогovor“, за да обозначи „политически коректното изразяване, съобразено с езиковите политики и практики на политическата администрация на Европейския съюз“. Вкусът ѝ към актуалното и противоречивото в практиката и оценките на кодификаторите на езиковите норми и практикуващите езика намира отражение и в доклада ѝ на тема: „Масовите отклонения от книжовноезиковите норми в медиите – грешки или нови норми?“ Авторката открива правилния отговор на въпроса, който си задава, в изследванията на множество уважавани езиковеди, но преди всичко в утвърдилата се масова езикова практика, която сякаш се само-кодифицира. За разлика от този тип „масови грешки“, които закономерно очакват своето признаване за принадлежност към книжовния език, в практиката се наблюдават и диалектни отклонения, които не допринасят за богатството на националния ни език. Квинтесенцията на доклада произтича от резултатите на двугодишен мониторинг на устна (понякога и писмена) реч в електронните медии и на журналистически текстове в печата, проведен от Ан. Ефтимова. В резултат от него „се регистрират високочестотни отклонения, чието приемане като нормативни би изменило цели граматически и фонетични парадигми“. Става дума за два вида „масови грешки“ : 1. Фонетични и акцентни отклонения от книжовния стандарт и 2. Граматически отклонения от книжовния стандарт. Изводът, към който авторката водеше своите слушатели, потвърди максимата, че езикът е живо творение на народния дух и се развива, обогатява и лишава от някои от своите форми, за да придобие нови в унисон с Времето.

Доц. д-р Поля Иванова представи доклад на тема: „Телевизионен пиар и поведение пред камера. Аудио-визуални стратегии, практики, умения”. Научните интереси на авторката трайно са свързани с релацията: „журналистическа реторика и реторика на връзките с обществеността”. Предмет на задълбочен анализ е ролята на телевизионния ПР, телеологичния характер на телевизионните жанрове и поведението пред камера. Интересът на авторката към поведенческата ТВ теория не се ограничава само до ролята на професионалните журналисти, но се отнася и до екранните изяви на не-журналистите. След кратък исторически дискурс за развитието на ТВ ПР авторката акцентира върху „различните структурни територии на ТВ екран” по отношение на „общия инструментариум на екранната изразна система”. Вниманието е отделено на ролята на ТВ ПР за подготовка на пресконференциите (особено след избори в НДК). Ролята на ПР специалистите за създаване на ТВ образи. Прави особено добро впечатление приложението на реторическата теория към практико-приложните тренинги в телевизионния ПР. Вярна на журналистическия си натюрел авторката анализира и най-„горещите” примери от политическата действителност – изборите за местна власт от есента на 2019 г.

В своето изследване – „Прякото онлайн излъчване (live streaming) от министър-председателя във Фейсбук като инструмент за комуникация. Някои реторически и комуникационни аспекти” – докторантът към катедра „Реторика” **Пенка Георгиева** анализира една нетипична реторическа ситуация – т. нар. live streaming, използван на най-висок ранг от министър-председателя Бойко Борисов, с оглед на реторическите, медийни и комуникационни ефекти, които предизвиква. Обект на реторическия анализ е конкретно онлайн излъчване от страницата във Фейсбук на премиера, в което се отразява посещението му на участък от автомагистрала „Хемус” (Пътен възел „Белокопитово” – Пътен възел „Буховци”), реализирано на 14 август 2019 г. Изследването задълбочено проучва въздействието на тази реторическа практика, като се стига до извода, че е „ефективен инструмент за комуникация, убеждаване, лансиране на политически дневен ред и новини.” Подробно е анализирано вербалното и невербалното съдържание, убеждаващите техники, почиващи на реторическите канони – етос, логос, патос. Акцент е поставен и върху ролевите функции на премиера – на наблюдател,

разпространител и говорител, чрез които се цели да филтрира и представи информацията по проекта така, че да постигне изцяло положително въздействие върху голяма аудитория, каквато предоставя технологичната платформа на Фейсбук.

В третата секция с модератор **доц. д-р Н.Стефанова** се разискваха проблемите на връзката между реториката и правото: „Юридическа медиация и парламентарна реторика”.

В своя доклад – „Исторически и съвременни форми за алтернативно решаване на правни спорове” **д-р Михаил Матеев** анализира в съпоставителен план историческите и съвременните форми за решаване на правни спорове. Отчитайки преимуществата на писаното и държавно организираното право, той не спестява и недостатъците в неговото съдопроизводство. На базата на задълбочен исторически екскурс (френския, руския и българския модел на мировия съд) авторът отчита „противодействието към мировото правораздаване поради отклонение от стриктните правила на процесуалните закони”. Мировият съдия заплашва да отнеме голяма част от работата на съдебните магистрати, адвокати и професионални юристи. Идеята за решаване на споровете чрез „помирение” се запазва частично. Важна част от доклада е посветена на „медиацията” като начин за алтернативно решаване на спорове. Приетият в България Закон за медиацията (2004г.) не успява да избегне някои отрицателни черти на съвременната медиация в сравнение с помирителното производство на мировия съдия. Д-р Матеев се базира на собствено изследване на десет български центъра за медиация и доказва, че медиацията не е особено привлекателна от икономическа гледна точка. Неговите наблюдения се потвърждават и от 40-годишния опит на страни от ЕС по отношение на имплементирането на медиацията който потвърждава, че „това не е действително търсен от обществото жизненоспособен продукт”.

Доц. д-р Наталия Киселова – „Парламентарният дебат – критичен поглед върху практиката (2009 – 2019)” изследва българската парламентарна практика като „политически режим и сцена за дебати”. Тя аргументира установяването на парламентарната демокрация по време на Прехода с историческото наследство (Търновската конституция), установяването на политически плурализъм и

геополитическото влияние. Народното събрание е предназначено да изпълнява две основни функции – конституционна и политическа. И в двата случая основна роля играят парламентарните дебати, които са открити и публични, но, както отбелязва авторката: „в епохата на постдемократия“ се наблюдават следните негативни тенденции: засегнат е принципът, според който Народното събрание работи при открити врати; преките излъчвания от медиите са прекратени или редуцирани по „финансови“ съображения; засегнат е принципът за хоризонтално разделение на властите; изземва се законодателната инициатива от правителството, а министър-председателят negliжира участието си в работата на Парламента. Всичко това намалява качеството и влиянието на парламентарните дебати върху демократичните процеси в държавното управление.

Интересен реторичен анализ на „дуела“ Ив. Костов – Елена Поптодорова на едно от заседанията на 38-то Народното събрание прави докторантът от катедра „Реторика“ **Борис Ценов** – „Реторически техники в парламентарния дебат“. Предмет на изследването му е употребата на реторическите техники „възвратен удар“ и „реторичен диалог“. Двата опоненти не са в равностойни позиции – министър-председател срещу редови депутат. Авторът обективно оценява ролята на реторическите „престрелки“, подчертавайки, че те не могат да формират окончателното решение, но предизвикват прения, които влияят осезателно върху него. Независимо от използването на редица непозволени от морална позиция техники (*argumentum ad hominem*, иронизиране на опонента и др.) моралният победител срещу министър-председателя излиза неговата опонентка.

„Социално-психологическите тренинги“ бяха обект на обсъждане в четвъртия панел на Семинара. Модератор на дискусиата беше доц. **Николай Димитров**, ръководител на катедра „Психология“ в Софийския университет, един от организаторите на събитието. Разговорът поде проф. д.пс.н. д-р **Румяна Крумова-Пешева** с доклад в съавторство с д-р **Х. Пешев** на тема: „Въздействието върху другия в психотерапевтичната и медицинската практика“. Авторката разкрива аспектите на въздействието на лекаря и психотерапевта върху болния с цел той да бъде подпомогнат в процеса на лечението. Реторическите средства на вербална и невербална комуникация участват активно в медицинската практика. Те подпомагат пациента да успее „да възприеме целите, етапите, трудностите и възможностите на диагностиката и терапията като сложен и многопластов процес“. Главна задача на психотерапевта е да преодолее съпротивата на пациента, неговия страх,

недоверие и подозрения, които по същество противодействат на процесите на лечение. Фрустрациите на болните се движат в различни измерения – най-неподходящият подход на психотерапевта/лекаря е да изразява към пациента „хладно, безцеремонно, съблазняващо или садо-мазохистично отношение“. Вместо това той е длъжен да му вдъхне надежда, давайки му препоръки, предписания и увереност, че е попаднал там, „където трябва“.

Гл.ас. Д-р Донка Петрова, автор на изследвания в областта на общата и професионалната психология и преподавател в катедра „Реторика“, посвети доклада си на: „Тренингите за развитие на просоциалната комуникация на професионалисти“. Думите на авторката прозвучаха като позитивно предизвикателство към преобладаващия негативизъм в българското общество, заразено от езика на омразата, недоволството от неуредиците и невъзможността на отделният индивид да се справи с проблемите на ежедневието. Изнесените наблюдения и анализи са свързани с обучение във връзка с проект „Възраждане: Подходяща среда за защита на жени, жертви на насилие, на всяко равнище“, посветен на повишаването на уменията на професионалисти, призвани да оказват подкрепа на жени, преживели насилие. Като антоним на антисоциалното, просоциалната комуникация е създаване на „позитивна реципрочност в интерперсоналната или социалната комуникация“. На езика на ежедневието това е „етосът“, завещан ни от Аристотел, добротата в общуването, за която ни наставлява Дейл Карнеги. Авторката насочва вниманието ни върху „17 дименсии“, осигуряващи положителния климат на просоциалното общуване, между които са: достъпност, емпатия, внимателното слушане и пр. Посочва се методологията на тренингите, включваща ключовите принципи на андрагогията. Между тях решаваща позиция заема „преживелищното учене“, дефинирано като „процес, при който познание се създава чрез трансформация на опита“. Ролевите игри помагат за промяна на нагласите и „осъзнаването на последиците от определен избор.“

Мариян Васев, докторант в катедра „Реторика“, запозна аудиторията с „Реторическия анализ на асансьорната реч“. След като изяснява спецификата на „асансьорната реч“ – (кратка авто-презентация с цел реклама и привличане на партньори, най-често в бизнес-

комуникациите), авторът се позовава на английските специалисти П. Дали и Д. Дейви и тяхното риалити шоу „Бърлогата на драконите“ („Dragon’s Den”). Целта на предаването е да се улеснят предприемачите при предлагането на техните бизнес идеи пред инвеститорите. Убеждаващите техники са пряко свързани с убеждаващите техники за „етос”, „патос” и „логос”. М. Васев анализира сферите на приложение на асансьорната реч: при запознанство и нетуъркинг; при продаване на идея и/или осигуряване на финансиране; при академичен контекст – като реторично упражнение; за презентирането на убедителни бизнес планове; при интервю за работа и др.

Петата секция беше посветена на: „Реторическите тренинги в бизнес комуникацията и преговорния процес”. Модератор на дискусиата беше гл. ас. д-р **Донка Петрова**. В панела участваха: д-р **Стоянка Балова**, която анализира някои „Практически тренинги при преговорния процес”, акцентирайки върху изграждането на положителния имидж на партньорите и влиянието му върху крайния резултат от взаимодействието; **Надежда Ванева**, докторант в катедра „Реторика” изрази свое становище за „Корпоративната култура – мисия, визия, ценности”. Основната ценност в нейното изложение се състои в теоретическото осмисляне на собствен опит като директор комуникации в маркетингова агенция 3CON. Обединявайки теория и практика авторката извежда обосновани постулати за корпоративната култура от наблюдения по организацията и осъществяването на „Работен семинар за повишаване ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията”. Организацията на събитието се базира на „принципа на Мастърмайнд (Свърхразум), според който се постига „силата на фокусираното общуване, при което повече от двама човека мислят заедно в синхрон по една обща тема”. В процеса на работния семинар участниците са наблюдавали принципите на социално-психологически тренинг: активността, творческата позиция, осъзнаването на поведението, както и процедурите, формулирани от Ървинг Джанис: участие на външни експерти, разделяне на групата на части, провеждане на обща дискусия, която да анализира и оцени резултата. За Н.Ванева „най-важното за корпоративната култура е изчистеното и ясно общуване в организацията”. Семинарът е помогнал да се формулират мисията, визията, ценностите, комуникационната стратегия за бъдещото развитие на компанията. В основата на успешната дейност на всяко бизнес

начинание (в това число и ръководената от авторката бизнес организация) лежи осъществената корпоративна култура, защото в нея се съдържа индивидуалността на организацията.

Деница Медарска, докторант в катедра „Реторика”, в своя доклад: „Развитие на българо-гръцките културни връзки – реторически аспекти в дейността на сдружение ”Аристотел – културен мост” изследва межкултурния диалог между България и Гърция. Изхождайки от тезата, че „реториката е наука с подчертано приложна и интердисциплинарна насоченост, която се развива и създава нови парадигми в унисон с прогреса на технологиите и развитието на комуникациите”, докторантът насочва фокуса към практическите параметри на реториката, използвани както във виртуалното ораторство, така и в организираните, под ръководството на сдружението, гръцко-български културни срещи. Подчертана е необходимостта от добри реторически умения, за да се реализира целта на сдружението: „да създава мостове” на добър диалог и сътрудничество между България и Гърция. В изследването е използвана предложената от М. Хокс рамка за оценка на реторическия стил в интернет, която обхваща три критерия „позиция на аудиторията“, „прозрачност“ и „хибридност”. Директните ораторските изяви Д. Медарска разглежда през призмата на реторическите характеристики, включващи вербални и невербални изразни средства и използването на техническите съоръжения за комуникации, чрез които се осъществява мултиплициране на съобщението, с цел да окаже по-силно въздействие върху аудиторията.

В дискусията на Семинара активно участваха още: **проф. Маргарита Пешева** („Телевизия и невербална комуникация”), **проф. Иво Христов** („Социалните медии като края на социалността”, ”), **проф. дфн Андреана Ефимова** – („Масовите отклонения от езиковите и стилистичните норми в медиите – грешки или нови норми”), **доц. Виржиния Радева** („Реториката като практическа философия и практическа логика”), **доц. Николай Димитров**, („Социалнопсихологически тренинги”) и др.

Първият Семинар по практическа реторика, посветен на реторическите тренинги, приключи с въодушевяващото решение, че той е само началото на поредица от дискусии,

практически занимания и разработки на конкретни тренировъчни модели за усъвършенстването на социално значимата комуникативна дейност. На добър час!

Проф. дфн Донка Александрова

Президент на Българската асоциация по реторика

София, Септември 2019

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН	ФОРМАТ	ЗА	ЦИТИРАНЕ
Александрова, Донка. Реторическите тренинги = симбиоза на комуникативната теория и практика< – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. < http://medialinguistics.com/2020/01/11/rhetorical-trainings/ >			

АНАЛИЗИ

Диспозиционно-аргументативни аспекти на ефекта на първенството и ефекта на свежестта: завръщане към класическата реторика

Герасим Петрински

Резюме:

Настоящото изследване е посветено на реторическите приложения на два важни процеса, които оказват въздействие върху комуникацията – ефекта на първенството и ефекта на свежестта. Тяхното действие е обусловено от два основни фактора – времето между постъпването на първата и последната информация и времето, през което аудиторията трябва да вземе решение или да направи преценка. В статията се представят модели, на базата на които ораторът/комуникаторът може да засили един от двата ефекта чрез увеличаване или намаляване на дължината на изказването си. Разгледани са три основни ареала, в които това може да бъде постигнато – по отношенията на реда на изказванията, по отношение на представянето на информация и по отношение на структурата на аргумента.

Ключови думи:

ефект на първенството, ефект на свежестта, класическа реторика, аргументация, стилистика

Още в класическата антична реторика се обръща внимание на аргументативността на последователността при представяне на информацията. Установява се по-високата убедителност на онези аргументи, събития и теми, които са поставени в началото и в края на текста – независимо дали става дума за устно или писмено произведение. От гледна точка на модерната теория на комуникацията това са двата ефекта – на първенството (англ. *primacy effect*) и на свежестта (англ. *recency effect*). Дълга верига антични и късноантични реторици устойчиво теоретизират проблема за диспозицията на ораторското произведение както на нивото на цялостната реч (увод – изложение – доказателствена част – заключение), така и конкретно по отношение на структурата на аргумента (предпоставки – тезиси) и на наратива (минали – настоящи – бъдещи събития).

Те обръщат много сериозно внимание именно на диспозицията на текста, различавайки *нормалния* от *изкуствения* модел (съотв. *ordo naturalis* и *ordo artificialis*). Например при естествения хронологически модел разказът следва линия на представянето от миналото през настоящето към бъдещето, докато при изкуствения може да смесва тези времеви периоди чрез вмъкнати подчинени обстоятелствени изречения и деепричастни конструкции. При естествения причинно-следствен модел, приложим при представяне на аргументацията, ораторът излага първо тезиса, а после го подкрепя с предпоставки, докато при изкуствения предпоставки и тезис могат да се смесват чрез същите синтактични средства, дори в рамките на едно изречение или фраза. Положителната страна на естествения модел е по-високата перцептивност (текстът е по-нагледен, тъй като структурата е ясна от началото до края^[1]), докато при изкуствения, насочен към по-интелигентна и запозната с казуса аудитория, сугестивността и логическата аргументативност се повишават поради по-големите възможности за комбиниране на теми, отклонения, ретроспекции.

Същият феномен намира отражение още у Аристотел на граматико-стилистично равнище (Аристотел 1877: III.9; Аристотел 1993: 171-184; срв. и Лаусберг 1998: 412-423). При т.нар. *нанизан изказ* (стгр. *λέξις εἰρομένη*, у римските реторици – *oratio perpetua*) фразата се състои от завършени цялости – прости изречения или сложни съчинени изречения (при които всяко от простите изречения в състава на сложното може да съществува самостоятелно) или сложни съставни относителни изречения (при които подчиненото изречение е въведено с „който, която, което“). Този „разказвателен“ стил отразява обичайните, естествените правила на словореда и комуникаторът не контролира и не манипулира отделните синтактично-семантични единици (кълони) (вж. Лаусберг 1998: 417-420; Петрински 2014: 252-259). По тази причина според Стагирита тук аудиторията лесно се отегчава, защото не усеща края на фразата – тя може да се разширява, „нанизва“, до безкрайност. На този разказвателен изказ Аристотел противопоставя т.нар. *начупен* или *подчинителен* изказ (стгр. *λέξις κατεστραμμένη*, у римските реторици *oratio vincta*). Това е именно типичният за ораторската реч начин на изразяване. Централна функция при него изпълнява антитезата – противопоставянето на отделните смислово-синтактични единици. Изреченията са т.нар. „периоди“ или „кръгови конструкции“ – сложни съставни, между отделните части на главното изречение се

вмъкват подчинени обстоятелствени изречения за време, място, начин, причина, както и деепричастни конструкции. По този начин добрият оратор майсторски контролира информационния поток, като аудиторията постоянно бива държана в очакване да чуе края на започнатото, но недовършено главно изречение, „разчупено“ от въвеждането на допълнителни фрази. Разбира се, тук е изцяло във властта на активния субект да размества тези части, като главното изречение играе ролята на тезис, а подчинените – на обосновки и (при отстъпнителните изречения) на контра-твърдения[2].

Античните реторици поставят отчетлив акцент върху аргументативността на последната представена информация, като още Аристотел придава огромно значение на заключението като част от речта. Докато естествените модели са ограничени и не зависят от волята на автора, а от обективните дадености на действителността, изкуствените позволяват свободата за повишаване на убедителността преди всичко чрез възползване от сугестивността на последната представена информация.

В модерната научна литература двата ефекта се изучават активно, но преди всичко в контекста на последователността на изказванията, а не на диспозицията на текста. Ефектът на първенството, който представлява повишаване на аргументативността (убеждаващото действие) на първата по ред подадена информация, е установен експериментално първоначално от Фр. Лунд през 1925 г. (Лунд 1925: 121-183)[3] Неговите тези са развити от Соломон Аш през 1946 г. (Аш 1946) и резултатите са публикувани в известната му статия “Формиране на впечатления за личността”. В експеримента на Аш се изследват две групи хора, на които е представен списък с шест качества на личност, за която трябва да дадат мнение. В първия случай списъкът започва с две положителни качества (интелигентен, енергичен), продължава с две неутрални (импулсивен, критичен) и завършва с две отрицателни (инатлив, завистлив). Във втория случай качествата са същите, но в обратен ред (отрицателните са в началото, положителните – в края). По-голямата част от участниците си съставят мнение на базата на първите прочетени качества – за първата група личността остава като цяло положително впечатление, докато за втората е обратното. Ефектът на първенството се проявява чрез първото впечатление и закономерно включва както вербални, така и невербални аспекти – той е сходен с т.нар. „ефект на ореола“ (Halo effect). Въпросът за времето, през което се формира първото впечатление, поражда сериозни дискусии в

научната литература по въпроса – тезите варират от три секунди до четири-пет минути след началото на комуникативния процес (Зунин 1982[4]; Лавингтън 1996[5]; Руменчев 2006: 161-180[6]; Бержерон 2008: 20; Еголф – Честър 2013: 211 сл.).

Т.нар. ефект на свежестта, който се явява обратен на ефекта на първенството, представлява повишаване на аргументативността на последната по ред подадена информация. С обичайната за своя трактат “Реторика” картинност Аристотел (Аристотел 1877: 3.19.5) го нарича *да удариш върху наковалнята*[7]. За разлика от базирания върху перцепцията ефект на първенството, ефектът на свежестта е повлиян от естествените механизми на ретенцията (задържането в паметта). Още Милър и Кемпбъл (Милър – Кемпбъл 1959; срв. и Хоптвед – Уегенър 1994: 206; Стефанова 2015: 118-120) установяват на базата на симулиран съдебен процес, че непосредствено преди вземане на решение е по-вероятно човек да си припомни последно представените му аргументи, при положение че е минало известно време между първата и последната постъпила информация. Например ако двама политически оратори излагат предизборната си програма и между двете речи е изминал сравнително дълъг период от време, то твърде вероятно е аудиторията (доколкото тя е непредубедена) да предпочете последния.

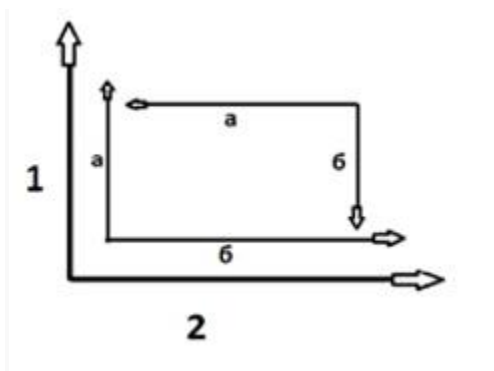
Приложението на резултатите от изследванията върху двата ефекта е изключително широко, макар и противоречиво. То обхваща не само убеждаването като процес, процедура и продукт, но и взимането на решения, мотивацията и мисленето. Така например е установено, че ефектът на първенството (и респективно силното първо впечатление) намаляват склонността на аудиторията да мисли активно при представянето на останалата информация. Заниженото първо впечатление и засиленият ефект на свежестта действат по обратния начин – те засилват логическото обмисляне на вече представената информация (Пити 2001: 333 с цит. лит.).

Само по себе си набелязването на два противоположни психологически процеса има слаба приложимост в практически комуникативно-аргументативен план. К. Ховланд и У. Мендел (Ховланд – Мендел 1952: 1-22; Хоптвед – Уегенър 1994: 206) установяват един от основните фактори, за ефективността на двата ефекта – този фактор е информираността на аудиторията. При висока запознатост с материята според тях е трудно да бъде установено каквото и да било значимо влияние на двата ефекта, като донякъде въздействие оказва ефектът на първенството.

Без да омаловажаваме другите фактори за повишаване или намаляване на действието на двата ефекта, тук ще се съсредоточим върху времето между подаването на двете информации и времето за взимане на решение (Милър – Кемпбъл 1959; Арънсън 2009: 132-135; Стефанова 2015: 118-120). Основна цел на тази статия ще бъде прилагането на изводите на Н. Милър, Д. Кемпбъл и Е. Арънсън в още по-широк план – по отношение на диспозицията на ораторската реч като цяло, на представянето на аргументацията и на синтактичната структура на изреченията. В този смисъл това изследване представлява своего рода завръщане в лоното на класическата реторика, но чрез прилагане на модерна методология и налични научни изследвания, преди всичко в областта на социалната психология[8].

Както се каза по-горе, ефектът на първенството и ефектът на свежестта се свързват с два основни психологически процеса. Тези процеси са перцепцията (механизмите на възприемане, преработване и разбиране на постъпилата в мозъка информация) и ретенцията (механизмите за запаметяване на тази информация). Н. Стефанова подчертава, че „съгласно механизмите на перцепцията първата постъпила информация потиска и затруднява възприемането на по-късно постъпилата информация“ (Стефанова 2015: 118). В този случай действието на ефекта на първенството се повишава. От друга страна, съгласно механизмите на ретенцията, последно постъпилата информация остава в паметта по-дълго и, съответно, потиска по-ранната информация и присъства по-свежо в съзнанието на аудиторията.

Както установяват Н. Милър и Д. Кемпбъл, действието на двата ефекта е обусловено както от особеностите както на аудиторията, така и на реторическата/комуникативната ситуация – по специално, с времето между поднасянето на двете информации и времето за взимане на решение. Взаимовръзката може да бъде представена във вид на диаграма по следния начин:



Диаграма 1

Където:

1: Време за взимане на решение

2: Време между поднасянето на първата и втората информация

а: Ефект на първенството

б: Ефект на свежестта.

От горното се налагат следните изводи:

1. Действието на ефекта на свежестта (б) е правопрпорционално на времето между поднасянето на първата и втората информация (2) и обратно пропорционално на времето за взимане на решение (1).
2. Действието на ефекта на първенството (а) е обратно пропорционално на времето между поднасянето на първата и втората информация (2) и правопрпорционално на времето за взимане на решение (1).
3. Колкото повече се доближават двата вектора 1 и 2 (времето между поднасянето на първата и втората информация и времето за взимане на решение), толкова повече се неутрализират взаимно и губят въздействието си двата ефекта. Такъв например е честият случай, при който имаме две последователни изказвания и гласуване веднага след тях. Друг подобен случай са два отдалечени във времето телевизионни дебата и съответно отдалечено от последния дебат гласуване.

Обикновено ефектът на свежестта и ефектът на първенството се прилагат *по отношение на две или повече цялостни изказвания*. Ако един оратор иска да бъде ефективен, той трябва да се стреми да говори преди опонента си, в случай че двете речи следват непосредствено една след друга и че времето за взимане на решение от аудиторията е отсрочено. И обратно – ако двете речи са отдалечени във времето и решението на аудиторията следва веднага след втората реч, ораторът трябва да се стреми да говори последен, активирайки ефекта на свежестта (Арънсън 2009: 132). В тези случаи ораторът е изцяло зависим от реторическата ситуация, тъй като той няма контрол нито върху времето между двете изказвания, нито върху периода, който е даден на аудиторията за взимане на решение. Неговата роля се изразява само в това да избере дали да говори пръв (ефект на първенството) или последен (ефект на свежестта). Трябва, разбира се, да се има предвид, че това също е до голяма степен идеализирана ситуация. Има много случаи, при които дори редът за изказване е строго определен. Тук ораторът има изцяло пасивна роля – той просто трябва да отчете действието на двата ефекта и да се съобрази с тях, надявайки се, че собствените му умения ще преодолеят евентуалната неблагоприятна позиция.

Конкретно ефектът на свежестта позволява използване на различни манипулативни похвати, базирани на въздействието на последната подадена информация. Такъв е например т.нар. „Волво аргумент“ (или „анекдотичен аргумент“) (Нисбет 1985: 112 сл.). Неговото име произхожда от пример, при който клиент е решил да си купи здрава шведска кола – „Сааб“ или „Волво“. Провежда внимателно проучване, консултира се с експерти и проверява статистики с мнението на други купувачи. Проучването му безусловно показва, че „Волво“ е по-здрава и на базата на това решава в полза на тази марка. Малко преди да извърши покупката обаче, той отива на коктейл, където споделя намерението си с познат. Неговата реакция е крайно отрицателна. Той разказва драматична случка, при която неговият шурей си купил „Волво“ и в рамките на три години се развалили толкова много неща, че колата отишла на боклука. Вследствие на тази единична история всички разследвания отишли по дяволите и клиентът си купува „Сааб“. Един пример в противоречие, представен точно преди вземането на решението и разказан по подходящ начин, е достатъчен за промяната на мнението.

Приложението на ефекта на първенството и ефекта на свежестта в контекста на

последователността на цялостни изказвания е налично, но сравнително ограничено. Както казахме, то се поддава на слаб контрол от страна на оратора, доколкото факторите на реторическата ситуация (време между изказванията, време за взимане на решение, а много често и последователност на изказванията) не зависят от него.

Теорията на Е. Арънсън за взаимовръзката между двата ефекта е приложима не само по отношение на последователността при цялостни изказвания, но в контекста *на начините за представяне на информацията и при подреждането на отделните елементи на аргумента* (предпоставки и тезис) в рамките на едно изказване. Както ще видим, в този случай двата разглеждани ефекта се поддават в много по-голяма степен на контрол от страна на комуникатора, тъй като той е свободен да разпредели материала си по свое усмотрение, без да е обвързан с процедурност. Трябва да добавим, че това действие далеч не е ограничено само до ораторството в тесен план (официализираното и преимуществено монологично красноречие пред аудитория). То е налично и във всяка комуникативна ситуация, която предполага убеждаване. От тази гледна точка настоящото изследване може да бъде полезно при различни типове ораторски изяви (реч, лекция, доклад), както и при съставянето на публицистичен текст, чиито цели са подобни на тези на ораторската реч.

Трябва да имаме предвид, че ефектът на първенството и ефектът на свежестта действат не само в полза на оратора. Независимо от неговата воля, при определени обстоятелства (дължина на речта, време за взимане на решение), аудиторията ще възприеме и ще запомни информацията, която е поставена в началото или в края. Ако двата ефекта не са съобразени в достатъчна степен, тази възприета или запомнена информация може далеч да не е тази, която очаква и желае комуникаторът. Почти всеки преподавател се сблъсквал със ситуацията, при която студентът казва многобройни маловажни неща, които просто са му се запечатали в ума на лекциите (обикновено именно в началото и в края), а пропуска ключовите моменти от материята.

В трактатите по стилистика се различават няколко различни модела на представяне на информацията, които се базират на различните типове обстоятелствени изречения (за време, за място, за цел, за причина). При всеки от тези типове имаме естествен ред (*ordo normalis*) и изкуствен ред (*ordo artificialis*). Например при естествения хронологичен модел на представяне наративът се движи от най-ранното към най-късното събитие, като

подчинените изречения се въвеждат със съюзи за време (когато, след като и т.н.). При изкуствения ораторът си позволява да размества събитията (например с ретроспекция или, по-рядко, с предварително съобщаване на бъдещи за разказа събития). Класическата реторика разграничава естествените от изкуствените модели на представяне само от гледна точка на дихотомиите яснота/неяснота и интересност/скучност. Естествените модели са лесно възприемаеми (стилистичната категория Яснота – вж. Хермоген 1969: I.4[9]; срв. Петрински 2014: 276-279), но досадни за аудиторията. Изкуствените са по-трудно разбираеми поради вмъкнатите подчинени обстоятелствени изречения и преди всичко поради деепричастните си конструкции, но и по-интересни и привличащи вниманието. Далеч по-важен обаче е въпросът за комплексната аргументативност на тези модели. Тази аргументативност зависи пряко не само от особеностите на аудиторията (приятелска, неутрална или враждебна), но и от действието на ефекта на свежестта и ефекта на първенството. По какъв начин – ще се опитаме да представим по-долу, като се съсредоточим основно върху причинно-следствения модел на представяне.

В модерната комуникативна теория, за разлика от античната, не се говори за „нормален“ и „изкуствен“ модел, но отново се набелязват спецификите на първата и последната информация. Установяват се три основни модела за градиране по важност:

- **Кулминационен модел** – най-важната информация и най-силните аргументи се поставят в края на изказването. Според Д. Александрова този модел е ефективен при приятелски настроена аудитория, която няма да изгуби интереса и благоразположението си към оратора още в началото на речта.
- **Антикулминационен модел** – най-важната информация и най-силните аргументи се поставят в началото на изказването. Този модел е приложим при неутрална и преди всичко при враждебна аудитория, при която авторитетът на оратора и благоразположението към него са ниски и е вероятно интересът дори да не се появи, ако в началото на речта не се включи нещо ефектно.
- **Пирамиден модел** – той е и с най-проблемно приложение. При него най-важната информация и най-силните аргументи се „скриват“ в средата на изказването, представят се между другото. На пръв поглед ораторът, който иска да бъде ефективен, трябва да избягва тази диспозиционна схема, тъй като тя не активира нито ефекта на първенството, нито ефекта на свежестта. В действителност

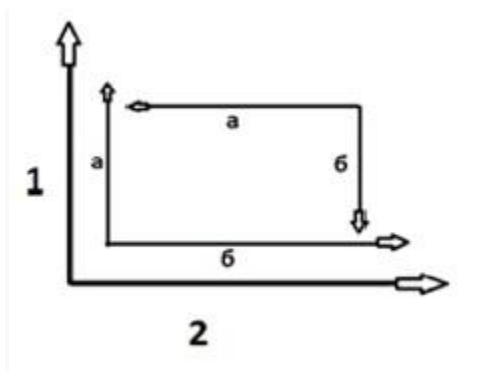
обаче пирамидалният модел е приложим при много ситуации, при които е необходима висока степен на манипулативност. Например при полицейски разпит се използва т.нар. „стратегическа точка“ (Руменчев 2006: 498-507) – разпитващият задава незначителни въпроси, които не биха предизвикали бариера у разпитвания. При положение че напрежението е намалено по този начин и разпитваният се чувства до голяма степен комфортно („в свои води“), следователят може да вмъкне наистина важните въпроси между другите, надявайки се на вербално и/или невербално изтичане на информация. Когато такова изтичане е налице (т.е. – когато събеседникът демонстрира противоречие между думите и мислите си), разпитващият повишава напрежението, като запазва за известно време мълчание. По този начин се провокират нови грешки и евентуално се достига до самопризнание. Същият модел за водене на диалог може да бъде приложен и от провеждащи конфронтирано интервю журналисти.

- Пирамидалният модел може да бъде приложен и на нивото на отделното изречение. Когато искаме да представим дадено „късче“ информация като изцяло валидно и подразбиращо се, можем просто да го вмъкнем като подчинено изречение в средата на сложното изречение. По този начин ограничаваме възможността на опонента да опровергае тази информация. Същата схема би била ефективна и при „просенето на въпроса“ (*petitio principii*, *begging the question*) като манипулативна стратегия. Когато искаме да представим дадена недоказана/неприета от опонента предпоставка за извода ни, можем да я вмъкнем между доказаната/приетата предпоставка и тезиса в рамките на едно изречение.
- Тези модели могат да се приложат не само по отношение на подкрепящата тезата на оратора информация и по отношение на неговите собствени аргументи „за“ или „против“, но и по отношение на един твърде важен похват с висока манипулативна ефективност. Това е т.нар. „двустранно представяне на информацията“ (Александрова 2008: 242; Руменчев 2004: 404 сл.)^[10]. При него ораторът излага не само собствената си гледна точка, но и тезата и аргументите на противника си^[11]. Както подчертава В. Руменчев, този метод формално представя оратора като искрен, неманипулативен човек, който безстрастно и в името на истината преценява всички страни на разисквания въпрос. Формално, той не желае

да внушава на аудиторията си мнение, а само излага информация. В действителност двустранният модел на представяне може да бъде силно контрасугестивно оръжие за преодоляване на бариерите, ако се използва по подобаващ начин, тъй като чрез него собствената теза може да бъде представена във възможно най-благоприятна светлина и в контраст с „бледите“ чужди аргументи[12]. Един от важните фактори за постигане на този ефект е именно последователността, в която ще бъдат представени двете твърдения ведно с обосновката им. При едни обстоятелства ще бъде подходящо да представим първо своята гледна точка (чрез антикулминационна схема и на базата на ефекта на първенството), а при други по-въздействащо ще бъде да изложим първо чуждата позиция (чрез кулминационна схема и на базата на ефекта на свежестта).

Д. Александрова представя само един от факторите, които обуславят действието на кулминационната, антикулминационната и пирамидалната схема – разположението на аудиторията към темата на изказването и към самия оратор. Очевидно е, че тези модели за представяне на информацията/аргументацията са пряко свързани и с действието на ефектите на първенството и свежестта. По-специално, единият комплекс от фактори тук е отдалечеността на:

- Аргументите/косвено подбуждащите информации, подкрепящи собствената теза (относително по-слаби и относително по-силни);
- Аргументите/косвено-подбуждащите информации, подкрепящи собствената теза (които трябва да бъдат представени като по-силни), и аргументите/косвено-подбуждащите информации на противника (които, съответно, трябва да бъдат представени като по-слаби);
- В диаграма 1 представихме действието на ефекта на свежестта и първенството при последователни изказвания. Същата диаграма може да бъде приложена и при моделите на представяне (хронологически, пространствен, тематичен, и преди всичко причинно-следствен) по следния начин:



Диаграма 2

Където:

1: Време за взимане на решение. Този фактор е идентичен при прилагането на двата ефекта за последователни изказвания и в рамките на една и съща ораторска изява. Ораторът е способен донякъде да влияе върху времето за взимане на решение чрез разширяването на изказването си.

2: Време между поднасянето на първата и втората информация. Тук това е хронологическата отдалеченост между представянето на отделните диспозиционни компоненти в зависимост от предпочетения от оратора модел на представяне. При аргументативен процес от типа причина-следствие (предпоставки-тезис) това е времето между излагането на предпоставките и на тезиса. Основната цел на оратора (освен в някои специфични случаи) е убеждаването в истинността на тезиса – поради тази причина тезисът се явява най-важната информация. Същата закономерност е приложима при хронологичния модел (време между излагането на по-маловажните събития) и при тематичния модел (време между излагането на по-важните и по-маловажните теми).

а: Ефект на първенството – най-важната информация се поставя в началото на семантично обособена част от текста. Така например тезисът се поставя преди предпоставките при причинно-следствения модел, ключовите факти се представят, независимо от времевата последователност, преди по-маловажните при хронологическия модел. Именно това е антикулминационният модел. Същата схема, както ще видим, може да се приложи и при синтактичната структура на сложното съчинено изречение. Главното

изречение, което е най-високо натоварено от семантична гледна точка, може да се постави в началото на фразата, възползвайки се по този начин от ефекта на първенството.

б: Ефект на свежестта – най-важната информация (тезисът) се поставя в края на семантично обособена част от текста (например тезисът се поставя след предпоставките при причинно-следствения модел). Според модерните реторически теории това е кулминационният модел, при който най-въздействащата информация е оставена за края. На синтактично равнище в този случай главното изречение се поставя след подчинените изречения в рамките на сложното съчинено изречение (срв. Петрова 1980: 180 сл.).

Според Д. Александрова действието на двата ефекта зависи основно от настройката на аудиторията. Ако тя е приятелски настроена, няма да има силна бариера срещу тезиса и следователно можем да поставим по-малко важната информация (предпоставките) в началото и по този начин да разчитаме на постепенно градиране на интереса (кулминация). Ако аудиторията е неутрална или враждебна, тогава тя ще има по-ограничена способност за аудиране и поради тази причина трябва да представим най-важната информация (тезиса) в началото и чак след това да прибавим допълнителните аргументи и да я обосновем. Именно с тази теза е трудно да се съгласим безрезервно. Ключовият фактор при неутралната и враждебната аудитория не е толкова способността и желанието за аудиране, които могат да бъдат спечелени и без „изиграване“ на най-важните аргументи в началото – тук добрият оратор може да използва широка гама от емоционални апели и изобщо похвати за предизвикване на интерес (шега, интересна история и др.). Основният проблем е всъщност бариерата, която би демонстрирала аудиторията при представяне на тезиса в началото. Именно тук на помощ на оратора идва *ефектът на свежестта*, който залага на високата ретенция, произтичаща от кулминационната схема на представяне. Той е препоръчителен при неотложно решение, което се взема непосредствено след убеждаващия процес. Явен недостатък на тази стратегия е *по-ниската степен на яснота*, която произтича от запазването на най-важната и, респективно, нова за аудиторията информация (тема) за края на изказването. Още Цицерон препоръчва т.нар. „инсинуационен“ тип увод (при който изцяло се пропуска предварителното конспектиране на информацията и се залага на атрактивно излагане на привидно несвързани с основния тезис информации) (вж. Лаусберг 1998: 132 сл.). На нивото на изложението и аргументативната част от речта (probatio – refutatio) по същия

начин се използва похватът „perplexio“ („обграждане“, „оплитане“ на тезиса с аргументи, така щото аудиторията първоначално да не разбира, накъде я води ораторът)[13]. Тук може да се използва дори „пирамидална“ структура на представяне, където най-важната информация се поставя на най-неблагоприятното от гледна точка на перцепцията и ретенцията място – в средата.

Ефектът на свежестта, приложен чрез кулминационния модел при враждебна/неутрална аудитория, може да бъде представен посредством следната диаграма:



Диаграма 3

КУЛМИНАЦИОНЕН МОДЕЛ

- Средно-въздействаща информация в началото
- Повече слабо-въздействаща (позната) информация в средата
- Силно-въздействаща (нова) информация в края
- Неутрална/враждебна аудитория
- Неотложно решение

За да приложи ефективно този модел и да засили ефекта на свежестта, ораторът/комуникаторът трябва *оптимално да отдалечи постъпването на средно-въздействащата от силно-въздействащата/новата за аудиторията информация* (диаграма 2). Това може да стане чрез увеличаване на познатата информация (тема), която има отношение към изказването и служи като второстепенна обосновка на тезиса. В по-малка степен подходящи са и различни украсяващи стилистични средства – тропи, фигури на мисълта и фигури на речта (особено синонимия, перифраза, употреба на определение вместо термин), които „разтягат“ текста. Без съмнение индуктивната аргументация чрез примери обаче е за предпочитане пред изцяло стилистичните средства, които могат да предизвикат умора и чувство за досада у аудиторията.

От друга страна, ефектът на първенството зависи от обективния процес на перцепцията (най-добре се възприема първата подадена информация, докато след това способността за разбиране на логически връзки намалява). Тази схема е по-ефективна при отложено във времето решение. Нейното приложение при антикулминационния модел може да бъде представено посредством следната диаграма:



Диаграма 4

АНТИКУЛМИНАЦИОНЕН МОДЕЛ

-
- Силно-въздействаща (нова) информация в началото
- По-малко слабо-въздействаща (позната) информация в средата
- Средно-въздействаща информация /емоционален апел в края
-
- Отложено във времето решение

Според диаграми 1 и 2 действието на ефекта на първенството е обратнопропорционално на времето между подаването на двете информации и право пропорционално на времето за взимане на решение. Поради тази причина ключовата/новата информация (рема) се представя в началото, в края се поставя средно-въздействаща/позната информация, а времето между тях (познатата информация) е намалено максимално. Това „стягане“ може да стане например чрез ограничаване на индуктивния апарат (представяне само на един пример в подкрепа или дори на въздействаща, лаконична метафора).

По-горе описахме начина на действие на двата ефекта при последователни изказвания и при структурирането на речта. Те са приложими на още едно равнище – на

нивото *на самия аргумент*. Класическата Цицеронова структура на аргумента различава следните елементи[14]:

- Пропозиция (propositio) – отговаря на голямата предпоставка (maior) в логиката;
- Аprobация (approbatio) – докато при аподиктичния силогизъм истинността на голямата предпоставка е даденост, при убеждаването (аргументацията) аудиторията и оратора често трябва да постигнат съглашение относно нея – да присъдят на съждението “maior” статуса на факт (по Перелман 1984[15]; Александрова 2013: 68-70). Както подчертава още Цицерон, аprobацията всъщност представлява индуктивен процес, при който се привеждат примери в подкрепа на пропозицията, която би могла иначе да бъде оспорена.
- Асумпция (assumptio) – отговаря на малката предпоставка (minor) в логиката.
- Потвърждение на асумпцията (assumptionis approbatio) – аналогично на аprobацията. Подобно на пропозицията, асумпцията също може да се нуждае от потвърждение чрез индуктивен апарат (примери).
- Извод (conclusio) – отговаря на тезиса в логиката.

Ст. Тулмин, чиято теория приблизително следва горната структура (Toulmin 2003: 87-135)[16], прави две важни добавки. Първата от тях са т.нар. „модални определения“ (modal qualifiers) (Тулмин 2003: 93 сл.). Става дума за думи и изрази, които отразяват вероятностния характер на аргумента в противовес с формално-логическия силогизъм („може би“, „вероятно“, „евентуално“ и др). Втората добавка е т.нар. „опровержение“ (rebuttal) на защитаваания тезис (прилагане на противоположно мнение или излагане на обстоятелства, при които тезисът няма да бъде верен). Чрез опровержението аргументът придобива формата на двустранно представяне, за което стана дума.

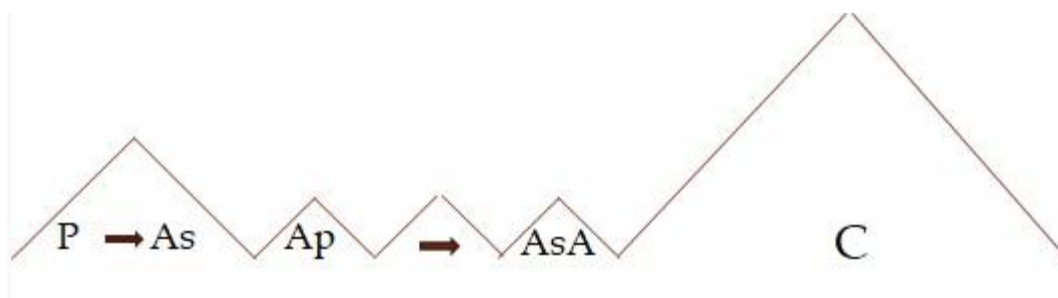
Горните елементи на аргумента не са устойчиви от гледна точка на своята подредба. Те могат да бъдат представени „нагледно“ според стилистичната теория на Хермоген (вж. по-горе), да бъдат отчетливо отделени един от друг и представени в естествена кулминационна последователност (от предпоставките към тезиса), но ако предпочете това, ораторът практически „се оставя на течението“. Той рискува да загуби интереса на аудиторията си някъде по пътя на убеждаващия процес, както и в паметта на слушателите му да не остане нищо или пък да остане съвсем маловажна от гледна точка

на целите на оратора информация. По-добре е да не се аргументираме изобщо вместо да се аргументираме слабо. За щастие, за ефективното структуриране на елементите на убеждаващото средство на помощ идват отново закономерностите между ефекта на първенството и ефекта на свежестта, на базата на които можем да предпочетем кулминационния, антикулминационния или дори пирамидалния модел при подреждането на ключовите и второстепенните части на аргумента. Тук отново е във властта на комуникатора да разширява и намалява времето между постъпването на различните по важност информации и по този начин да засилва и снижава действието на двата ефекта.

Ст. Тулмин разделя частите на аргумента на ключови и второстепенни. **Ключовите елементи** от аргументативната парадигма са идентични с елементите на силогизма като база за самия аргумент. Това са тезисът и двете предпоставки (пропозиция/гаранция, асумпция/основания, извод/твърдение). Както подчертава Ст. Тулмин, без тези елементи изобщо не може да съществува обоснован логико-аргументативен процес, като, от друга страна, те са достатъчен минимум за съществуване на такъв убеждаващ процес. Между тях обаче също съществува градация по важност. Двете предпоставки представляват само обосновки, път към главната цел на комуникатора – валидирането на тезиса.

Второстепенните елементи от аргументативната парадигма са допълнителните обосновки – на пропозицията (апробация) и на асумпцията. Както казахме, тези елементи са преди всичко индуктивни (те потвърждават чрез пример/примери) и, поне формално, аргумент може да съществува и без тях. Към същата категория спада и Тулминовото „опровержение“ (rebuttal), което формира класическото двустранно представяне на материала, ефективно пред определени типове аудитория (например добре запознатата с проблема, тази с висока бариера срещу тезиса, враждебната спрямо оратора и др.).

При **неотложно във времето решение** според диагр. 3 трябва да се приложи ефектът на свежестта, респективно кулминационният модел. За да се засили този ефект, е необходимо времето между ключовите елементи (предпоставките и тезиса) да се разшири. Това може да стане по индуктивен път – увеличаване на второстепенните елементи. Така аргументативната структура придобива следния вид:



Диаграма 5

Където:

P: Propositio (голяма предпоставка, гаранция)

As: Assumptio (малка предпоставка, основания)

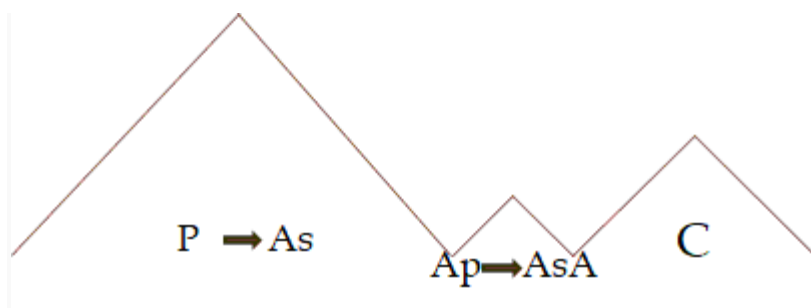
Ap: Approbatio (потвърждение на голямата предпоставка)

AsA: Assumptionis approbatio (потвърждение на малката предпоставка)

C: Conclusio (извод, тезис).

Двете предпоставки (пропозицията и асумпцията, съответно гаранцията и основанията) се поставят в началото на аргументативната част от изказването. Те играят роля на информация със средна степен на важност.

При отложено във времето решение препоръчителната структура е диаметрално противоположна на горната. Тук трябва да бъде използван антикулминационният модел и респективно ефектът на първенството. За да се засили този ефект е необходимо времето между ключовите елементи (тезиса и предпоставките) да се съкрати максимално чрез ограничаване на второстепенните елементи. Така аргументативната структура придобива следния вид:



Диаграма 6

Където означенията са идентични с тези при диаграма 5.

Опровержението на собствената теза (rebuttal) заема специфично място в структурирането на аргумента. Това е именно елементът, който комуникаторът ще желае да постави в лоша светлина и да омаловажи в максимална степен. Това може да стане именно чрез снижаване на ретенцията и перцепцията – т.е. чрез разполагането на този елемент именно в тази част на речта, където той ще бъде възприет/запомнен най-слабо. При кулминационната схема, която е ефективна при неотложно решение, опровержението (оборваният тезис на противника) трябва да бъде поставено в началото на аргументативната част от речта. В този случай за засилване на ефекта на свежестта времето между опровержението и собствената теза трябва да бъде разширено максимално чрез допълнителни аргументативни средства (индукция чрез пример) или чрез стилистични средства. При антикулминационната схема (в по-голяма степен приложима при приятелска аудитория) стратегията ще бъде диаметрално противоположна. Ораторът ще представи първо своя собствен тезис и ще засили ефекта на първенството, като изложи максимално бързо след това опровержението.

Горната закономерност е приложима и на синтактично ниво – когато аргументът е изложен в рамките на един единствен „период“ [17]. Поставянето на подчинено обстоятелствено изречение за причина, въведено със съюзи като „понеже“, „защото“, „тъй като“ преди или след главното изречение, както и вмъкването му между частите на главното изречение, може да отразява неговата функция като тема (позната за аудиторията информация) или като рема (нова за аудиторията информация) (по Петрова 1980: 180 сл., 186 et passim). Степента на аргументативност в този случай също е в пряка връзка с ефектите на свежестта и на първенството, а синтактичното конструиране на изречението е под прекия контрол на комуникатора. Поради обема и спецификите на този въпрос обаче той ще бъде обект на отделно изследване.

Заключение

Въздействието на ефекта на първенството и ефекта на свежестта е изучаван предимно на нивото на отделните изказвания. В научната литература се посочва ясна закономерност между тях и два фактора – времето между подаването на двете

информации и времето за вземане на решение от страна на аудиторията. При **последователни изказвания** ораторът трябва да се стреми да говори пръв, ако вземането на решение е отложено във времето, и в този случай ефектът на първенството ще бъде засилен при по-голям времеви период между двата комуникационни акта. Ако вземането на решение е неотложно, то тогава той трябва да се стреми да говори последен и, доколкото това е възможно, непосредствено след своя опонент. В този случай обаче и двата влияещи върху аргументативността фактора се поддават на слаб контрол от страна на оратора – доста често дори редът на изказване се определя по определени процедурни правила (например по азбучен ред, чрез теглене на жребий и т.н.). Поради тази причина практическата полза от тези закономерности е ограничена.

От друга страна, независимо от обстоятелствата, диктувани от реторическата ситуация, контролът върху ефекта на свежестта и ефекта на първенството в рамките на **отделното изказване** е във властта на оратора, който може и трябва да контролира както диспозицията на речта си (на нивото на цялостната композиция на изказването и на нивото на подреждането на тезата и аргументите към нея), така и нейната дължина. При **представяне на информация** (диаграми 3 и 4) прилагането на кулминационната схема (базирана върху ефекта на свежестта) е препоръчително в случаите, когато решението ще бъде взето непосредствено и когато целта на изказването е тактическа (например при въодушевяващата агитационна реч, при военната реч, при подбуждащата към действие реч). Тук ораторът може да засили въздействието чрез увеличаване на времето между подаването на информацията със средна степен на важност/въздействие и подаването на най-важната информация (разположена в края) чрез увеличаването на времето между тях (например чрез прилагане на повече примери). От друга страна, антикулминационната схема (базирана върху ефекта на първенството) е препоръчителна при отложено във времето решение и при реч със стратегическа функция (например в педагогическата реторика, при лекция, доклад, реферат, при някои форми на политическо красноречие и т.н.). Въздействието тук ще бъде повишено, ако между постъпването на началната (най-важната) и крайната (със средна степен на важност) информация времето бъде намалено максимално.

На нивото на **структурата на аргумента** (диаграми 5 и 6) въздействието на двата ефекта също е видимо. Тук от значение е разположението на елемента с най-висока степен

на важност (тезиса) по отношение на елементите със средна и ниска степен на важност (съответно двете предпоставки и техните обосновки). Ефектът на първенството (антикулминационна схема на представяне), приложим при отложено във времето решение, предполага в началото да се постави като най-важна част тезисът, а в края – двете предпоставки. За неговото засилване тук служи намаляването на обема на индуктивната доказателствена част (обосновките на двете предпоставки). Ефектът на свежестта (кулминационната схема на представяне), приложима при неотложно решение, предполага да се започне с двете предпоставки и да се завърши с най-важната част от аргументативния процес – тезиса. Тази стратегия може да се подсили чрез увеличаване на индуктивната доказателствена част.

Проблем, който трябва да бъде тема на отделно изследване, е приложението на двата ефекта на нивото на *синтаксиса на сложното обстоятелствено изречение*. Въздействието на речта на това равнище също е обусловено от разположението на главното спрямо подчинените изречения.

БИБЛИОГРАФИЯ

Александрова 2013: Александрова, Д. *Метаморфози на реториката през XX в.* София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2013.

Александрова 2008: Александрова Д. *Основи на реториката*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2008.

Аристотел 1877: *The Rhetoric of Aristotle. With a commentary by the late Edward Meredith Core, M.A.* TT. I-III. Cambridge: Cambridge UP, 1877.

Аристотел 1993: *Аристотел. Реторика*. Прев. и встъп. Студия Ал. Ничев. София: „Софи-Р“, 1993.

Арънсън 2009: Арънсън, Е. *Човекът – „социално животно“*. София: „Дамян Яков“, 2009.

Аш 1946: Asch, S. Forming impressions of personality”. – *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 41/1 (1946), 258-290.

Бержерон 2008: Bergeron, J. – Fallu, J.-M. – Roy, J. Une comparision des effets de la première et de la dernière impression dans une rencontre de vente. – *Recherche et Applications en marketing*, vol. 23/2 (2008), 19-36.

- Еголф – Честър 2013:** Egolf, D. – Chester, S. *The non-verbal factor. Exploring the other side of communication*, Bloomington, 2013.
- Емерен – Гротендорст 2016:** Емерен, Ф. – Гротендорст, Р. *Системна теория на аргументацията. Прагматико-диалектически подход*. Прев. М. Пенчева. [Библиотека Реторика 1] София: УИ “Св. Климент Охридски”, 2016.
- Зунин 1982:** Zunin, L. & Zunin, A. *Contact: 1st 4 Minutes*. NY: Ballantine Books, 1982.
- Лавингтън 1996:** Lavington, C. *You’ve Only Got Three Seconds: How to Make the Right Impression in Your Business and Social Life*. NY: Bantam Doubleday Dell Publishing Group 1996
- Лаусберг 1998:** Lausberg, H. *A Handbook of Literary Rhetoric*. Transl. M. Bliss et al. Leiden – Boston Köln: Brill, 1998.
- Лунд 1925:** Lund, Fr. Psychology of Belief. IV. The Law of Primacy in Persuasion. – *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 20 (Февр. 1925), 183-121.
- Милър – Кемпбъл 1959:** Miller, N. – Campbell, D. Recency and Primacy in Persuasion as a Function of the Timing of Speeches and Measurements. – *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59 (януари 1959), 1-9.
- Нисбет 1985:** Nisbett, R. – Borgida, R. – Crandall, R. – Reed, H. Popular Induction: Information is Not Necessarily Informative. – В: *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*, изд. D. Kahneman – P. Slovic – A. Tversky, Cambridge, 1985.
- Перелман 1984:** Perelman, Ch. Rhetoric and Politics. – *Philosophy & Rhetoric*, 17/3 (1984), 129-134.
- Петрински, 2014:** Петрински, Г. *Късноантична и византийска канонична реторика*, София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2014.
- Петрова 1980:** Петрова, С. Сложните съставни изречения с подчинени обстоятелствени за основание в светлината на теорията за актуалното членение. – *Studia minora facultatis philosophicae universitatis Brunensis*, A 28 (1980).
- Пити 2001:** Petti, R. – Tormala, Z. – Hawkins, Ch. Motivation to Think and Order Effects in Persuasion: The Moderating Role of Chunking. – *Personality and Social Psychology Bulletin*, март 2001, 332-344.
- Платон 1903:** Plato. Gorgias. – В: *Platonis Opera*. Изд. John Burnet. Oxford University Press. 1903, 447a-527e.

Платон 1982: Платон. Горгий. Прев. Г. Михайлов. – В: *Платон. Диалози*. Т. 2. София, 1982.

Руменчев 2006: Руменчев, В. *Невербална комуникация в публичната реч и деловото общуване*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2006.

Руменчев 2004: Руменчев, В. *Ораторското изкуство в Древния Изток*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2004.

Стефанова, 2015: Стефанова, Н. *Кратък терминологичен справочник по обща и политическа реторика*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2015.

Тулмин 2003: Toulmin, S. *The Uses of Argument. Updated Edition*. Cambridge: Cambridge UP, 2003

Хермоген 1969: Hermogenes. Περὶ ἰδεῶν λόγου.– В: *Hermogenis opera*. Изд. Н. Rabe. Stuttgart, 1969, с. 414-456.

Ховланд – Мендел 1952: Hovland. C. – Mandell, W. Is There a „Law of Primacy“ in Persuasion. В: *The Order of Presentation in Persuasion*. Изд.С. Hovland и др. New Heaven: Yale UP, 1952.

Хоптвед – Уегенър 1994: Haugtvedt, C. – Wegener, D. Message Order Effects in Persuasion: And Attitude Strenght Perspective. – *Journal of Consumer Research*, февр. 1994, 205-218.

Цицерон 2006: Cicero. *De inventione*. Изд. Н. М. Hubbel. London – Cambridge: Harvard UP, 2006.

-

[1] У Хермоген от Тарс (II-III в.) Ясният стил (стгр. *Σαφήνεια*, лат. *claritas*) се дели на две части (Хермоген 1969: I.2-4). Първата под-тенденция тук е Конкретността (стгр. *Καθαρότης*, лат. *puritas*) се развива на нивото на използваните понятия – те трябва да бъдат максимално тесни по обем (по възможност дори единични) и преди всичко максимално буквални (с намалена тропологична температура). Втората под-тенденция, която се отнася пряко към темата на настоящото изследване, е Нагледността (стгр. *εὐκρίνεια*), която се развива на диспозиционно-аргументативно равнище. Отделните елементи на речта (увод, изложение, доказателствена част, заключение и т.н.) и на аргумента (тезис и предпоставки) трябва да бъдат ясно различни и отделени един от друг. Очевидно е, че буквалният изказ и естествената последователност при представянето на информацията правят текста монотонен, освен това не позволяват разгръщане на

аргументативния апарат чрез обстоятелства около казуса (по модела на Ласлоу), чрез ретроспекции и чрез различни отклонения от основната линия на изложението. Поради тази причина на Ясния стил се противопоставя т.нар. Възвишен стил (Хермоген 1969: I.6-11), който включва различни обогатявания на изказа – абстрактност (използване на абстрактни понятия, включване на отклонения от основната сюжетна линия, прилагане на цитати от известни автори) и „обем“ (въвеждане на обстоятелства на базата на въпросите “кой”, “кога”, “какво”, “кога”, “защо” и “какво щеше да стане, ако”). Вж. и Петрински, *Късноантична и византийска канонична реторика*, с. 269-318) с цит. лит.

[2] Подчинителният стил е по-аргументативен и подходящ за аудитория с по-високи перцептивни възможности. Той обаче е и по-неясен, тъй като включва характерните в особено голяма степен за синтетичните езици деепричастни конструкции (в стгр. *genitivus absolutus*, свободен родителен падеж; в латински *ablativus absolutus*, свободен обстоятелствен падеж). В аналитичните езици (български, английски) такива конструкции също са налични и при тях неяснотата идва от факта, че те могат да се развият в подчинено обстоятелствено изречение от различен тип – за време, за място, за причина, за цел, за начин. Например изречението “Ставайки рано, аз паднах” може да се развие според контекста времево (“когато станах рано”) и причинно (“понеже станах рано”). Тази особеност според античните автори създава неяснота.

[3] Фр. Лунд снабдява таргет-групата с написани аргументи „за“ и „против“ налагане на протекционистки мита.

[4] И. Зунин и А. Зунин застъпват тезата за формиране на първото впечатление в рамките на четирите първи минути от комуникационния процес.

[5] С. Лавингтън застъпва тезата за формиране на първото впечатление в рамките на първите три секунди от комуникационния процес.

[6] В. Руменчев фокусира интереса си върху първото впечатление на базата на външния вид.

[7] В българския превод гръцкият глагол *ἐπιχαλκεύω* (удрям по наковалня) не е съвсем точно предаден (срв. Аристотел 1993: 196).

[8] Изказвам специална благодарност на д-р Елиза Иванова, която ми оказва помощ при набавянето на специализирана литература в тази област.

[9] Относно тази стилистична категория (стгр. *σαφήνεια*) и по-конкретно за нейната под-категория Нагледност (*εὐκρίνεια*) в античната реторика.

[10] В. Руменчев разглежда специфичния принцип „чандун“ в Древен Китай и коментира манипулативността на двустранния модел като начин за имунизирание на аудиторията срещу аргументите на опонента.

[11] Двустранното и едностранното излагане на аргументацията по определен казус са залегнали и в античните формални аргументативни модели. Така например в късноантичния реторически трактат *За намирането*, който се приписва на Хермоген от Тарс и който влиза в състава на класическия средновековен реторически Канон, се представят четири основни части на аргументативния процес. При него се спазва типична антикулминационна схема, при която най-важните убеждаващи средства се излагат най-накрая. По-специално, аргументацията започва с излагане на противниковата теза (протаза) и нейната обосновка (хипофора). Едва след това ораторът излага собствената си теза (антипротаза), последвана от причината, поради която смята тази теза за вярна (лизис). По въпроса вж. Петрински 2014: 222-225.

[12] Прекрасен пример в това отношение дава Платон в своя диалог „Теетет“. Тук Сократ първо моли събеседниците си да защитят тезата на Горгий, че човекът е мярка за всички неща. След като те не успяват да го направят подобаващо, самият Сократ се заема да „защити“ своя противник, като обяснява тезата му. След това пита останалите, дали го е направил добре. След като получава възхищението им, той се заема с излагането на собствената си теза, противоположна на тази на софиста. Това далеч не е единственият такъв случай в Платоновите диалози. Във „Федър“ Сократ първо изслушва речта на Лизий в защита на тезата, че трябва да предпочитаме винаги невлюбения в нас пред влюбения. След това произнася с покрита глава своя собствена, по-добра апология в същия смисъл. Неговата собствена противоположна теза идва чак накрая.

[13] В диалектичен план вероятно най-добрият пример за перплексия отново са голяма част от Платоновите диалози. При тях Сократ рядко си позволява да опровергае противниковата теза пряко, тъй като самият философски замисъл предполага премахването на „общоприетото“ (а следователно и високо аргументативно в очите на аудиторията) мнение (*δόξα*) в името на трудно откриваемата истина (*ἀλήθεια*). В основата на неговия метод стои именно „акуширането“ при раждането на истината в контекста на

диалога чрез въпроси и отговори. Разбира се, това също е до голяма степен манипулативно. Макар формално Сократ да дава вид, че няма предварително формирано мнение, това е по-скоро похват за убеждаване, отколкото действително положение. Когато Пол предизвиква Сократ да каже, какво изкуство според него е реториката, вместо само да опровергава Горгий, мъдрецът отговаря искрено – *Според мен лично, никакво, Поле, ако трябва да ти кажа истината* (Платон 1903: 462b; Платон 1982: 96). След това диалогът продължава по стандартния за диалектическата беседа „перплексивен“ начин, сякаш Сократовото мнение никога не е било изказвано.

[14] Въпросът за структурата на аргумента излиза извън тясната тема на настоящото изследване. По-долу ще използваме класическите пет части на епихейремата, различни още в Цицероновото произведение *De inventione* (Цицерон 2006: I.67) и формулирани вероятно на базата на по-стари стоически теории. Относно спора между поддръжниците на тричастния и на петчастния аргумент в античната реторика, както и общо за класическата аргументативна теория, вж. Петрински 2014: 213-235 (с цит. лит.) Относно модерните теории за аргументацията вж. подробно Александрова 2013: с. 37-213 (моделите на Х. Перелман, Ст. Тулмин, А. Брутян и Прагмадиалектическата школа) с цит. лит.; Емерен – Гротендорст 2016: 77-85.

[15] Х. Перелман фокусира интереса си върху относителността на ценностите и необходимостта от тяхното „удостоверяване“ при аргументативния процес. Срв. и Александрова, *Метаморфози*, с. 68-70.

[16] Той нарича Цицероновата пропозиция „гаранция“ (warrant), асумпцията – „основания“ (grounds), двете потвърждения – backing, извода – claim).

[17] „Период“ античните реторици наричат сложно съставно изречение, при което подчинените обстоятелствени изречения се вмъкват между частите на главното (вж. напр. Аристотел 1877: 3.9.3-4; срв. Лаусберг 1998: 414-423).

DISPOSITIONAL AND ARGUMENTATIVE ASPECTS OF PRIMACY AND RECENCY EFFECTS: A RETURN TO CLASSICAL RHETORIC

Gerassim Petrinski, PhD, associate professor, Sofia University “St. Kliment Ohridski”

Abstract

The goal of this article is to examine and present the rhetorical applications of two important processes affecting human communication – the primacy effect and the recency effect. They are determined by two major factors – the time period by which are separated the messages, and the time that has the audience to make decision and/or to judge upon the orator’s claim. Different models are proposed for intensification of these effects by expanding or reducing the length of the speech on three main levels – the order of delivering the speeches, the order of presenting the information, and the structure of the argument

Keywords: primacy effect, recency effect, classical rhetoric, argumentation, stylistics

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Петрински, Герасим. Диспозиционно-аргументативни аспекти на ефекта на първенството и ефекта на свежестта: завръщане към класическата реторика – В: Медии и език.

Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587.

<<http://medialinguistics.com/2020/01/11/dispositional-argumentative-aspects/>>

Реторическите упражнения – древна практика и модерна необходимост.

Комуникативно-тренинговите модели в обучението по реторика

Нели Стефанова

Резюме:

Статията е мотивирана от идеята за разработване на *практическата реторика* като област на модерното реторическо познание. Застъпена е тезата, че в полето на *приложната реторика* резонират както традициите и приемствеността, така и новите проявления на науката за убеждаването. Анализирани са високата ефективност от прилагането на комуникативно-тренингови модели в съвременното обучение по реторика. Основната им методична единица – *реторическите упражнения*, с присъщото им многообразие на форми и функционалност, представляват пресечна точка на древни традиции и модерни перспективи и показват защитимата връзка между реторическата класика и новите проявления на науката за убеждаващата комуникация.

Ключови думи:

практическа реторика, тренинги, реторически упражнения, комуникативно-тренингови модели, убеждаваща комуникация.

Известният италиански изкуствовед, литературен критик и академик Ренато Барили определя реториката като „стара госпожа, която в продължение на векове е била част от всяка енциклопедия на изкуствата и писмените науки в западната култура” (Барили 2012: блърб).

От епохата на Просвещението, известна още като „век на разума”, започват времена, в които за сигурна наука се приема само онази, която се опира на строгите процедури на аналитичната логика. В годините, слагащи край на мрачното Средновековие и издигащи в култ светското отношение към човека и неговата мъдрост, битува схващането, че разумът ще помогне за преодоляване на старите феодални отношения и за установяване на нови, по-добри обществени порядки. Тези времена задълго обричат реториката на пренебрежение и забрава, докато, в средата на миналия век – 1958 г., един белгийски философ на правото напомня, че съществуват сектори с фундаментално за

човека значение и тясно свързани с житейската практика, в които не може да бъде реална претенцията за достигане до истината, а само до известна степен на вероятността. Хаим Перелман визира съдебните процеси, политическите дебати, богатата жанрова съвкупност на медийния дискурс и обществените практики, в които аргументацията се предлага „подправена с удоволствията на красноречието и с топлата вълна на емоциите” (Барили 2012). В наше време, както казва Р. Барли: „бюстът на Цицерон е изкаран от тавана и отново изложен на показ,...донякъде и поради това, че днес, благодарение на световната мрежа, думите не отлитат, а остават по същия начин като написаното” (пак там).

Марк Фюмароли оценява динамичните процеси в комуникацията от края на миналия век като „ренесанс на реториката” (Фюмароли 2010: 15). Двигател на този ренесанс е присъщата на реториката изначална склонност към адаптивност и взаимодействия както с традиционни, така и с модерни науки. По думите на Росица Йорданова „Съвременният изследовател има привилегията да направи своя реторически избор както от наследството, така и от съвремието на множеството ренесанси на реториката” (Йорданова 2017).

Този противоречив вековен сюжет подхранва размислите на съвременния изследовател за реториката като практика, като интегралност от практическа философия на езика и приложна теория на речевите актове.

Влиянието на модерните технологии днес забележимо разшири периметъра на убеждаващата комуникация в нови дисциплинарни полета, каквито са медийната и виртуалната реторика. Използването на комуникативно-тренингови модели (КТМ), включващи богат набор от реторически упражнения и техники при подготовката на добрия комуникатор, е наложено от изискванията на днешната социокултурна и технологична промяна. Има всички основания Донка Александрова, когато определя съвременната реторика като „метатеория на социалното въздействие” (Александрова 2013: 9), защото няма сфера от актуалната публичност, в която реториката да не намира практическо приложение. Днешният оратор е изправен пред ново предизвикателство – стихията на логоса в неговия електронен вариант. Той обезпечава предимството, но понякога и недостатъка на комуникацията, извършена в реално време. В такива условия всяка обществена изява, освен стресираща, може да се окаже и последна заради страха от т.нар. ораторска смърт. За реториката винаги е стоял като централен въпросът за

преодоляване на страха от публично говорене. Доколкото това е атавистичен комплекс от негативни чувства, емоции и поведенчески реакции, справянето с него изисква сериозни усилия, за които модерната среда не винаги допринася. Както казва Герасим Петрински, „За разлика от днешните ученици, античните и средновековните им предшественици са се обучавали не само да правят писмен преразказ, но и да умеят да преодоляват страха си от аудитория и да представят съчиненията си устно” (Петрински 2014: 88).

Страхът от публични изяви далеч не е единственото препятствие пред модерния комуникатор. Не всеки притежава уменията да се изказва кратко и съдържателно, да изгражда непоклатима аргументация, да бъде отличен презентатор, да се справя със словесни предизвикателства и технически гафове, да се измъква от неудобни въпроси, да отговаря на злонамерени прекъсвания и злепоставящи реплики. Малцина притежават онова оригинално и въздействащо Цицероново изкуство, използващо остротата на противниковите думи като възвратен удар.

Искушавам се да припомня „Успоредни животописи” на Плутарх, които пресъздават споровете на Марк Тулий Цицерон с Метел Непот. Последният, представител на съсловието на патрициите, в желанието си да уязви оратора заради по-ниския му социален произход (конническото съсловие) непрекъснато повтарял: „Кой е баща ти, Цицероне?” На този въпрос Цицерон отговорил: „Много труден за теб би бил отговорът на подобен въпрос – благодарение на майка ти!” Свободното поведение на майката на Метел Непот не било тайна за римляните (Плутарх 1987: 544). Отново Цицерон, този път в отговор на Марк Крас, когото хвалил от трибуната с голям успех, но скоро започнал да хули: „Не ме ли хвалеше неотдавна от същото това място?” – пита Крас. Възвратният удар на Цицеран бил: „Да! За практика аз се упражнявах в красноречие върху неблагодарна тема” (пак там, с. 542).

Словото е културен факт, присъщ на определено време, то е най-прецизното отражение на пораждащата го епоха. Поддържам тезата, че *използването на комуникативно-тренингови модели в съвременното обучение по реторика може да бъде разглеждано като пресечна точка на древни образователни традиции и модерни педагогически перспективи*. Реторическите упражнения, декламациите, състезателните диспути и пр. са били обичайна практика в древните реторични школи.

Авъл Гелий предоставя интересни сведения за прилаганите от Питагор практически подход и методика на обучение в прочутото му научно братство. За приемане в школата първоначално младежите били „припознавани“ по физиогномични белези – Питагор разпознавал склонностите и даденостите на хората по чертите и изражението на лицето, по вида и държанието на цялото тяло. След това обучението в питагорейското общество преминавало през три последователни, но индивидуално продължаващи за всеки отделен възпитаник етапа, в които учениците носели имената „акустици“ – овладявали познанието на тишината, наречена безмълвие; „математици“ – заради науките, които започвали да изучават и осмислят; и накрая „физици“ – наблюдавали устройството на света и началата на природата (Авъл Гелий 1985: 15–16).

Алко по-късно Протагор от Абдера развива философско-реторическо учение, което днес му спечелва призивното „баща“ на дебатите. Основател на релативизма, древният философ утвърждава относителния характер на понятията и на самата истина. Уверен, че всеки въпрос има две страни – теза и антитеза, Протагор обучавал своите ученици по всеки един въпрос да защитават еднакво обосновано две противоположни и взаимоизключващи се съждения. Подчертаният му интерес към езиковото обучение и правилната употреба на думите спечелват на Протагор прозвището „чародей на словото“. Очевидно практическото обучение е неделима част от обучението и мисловната култура на древните философи, оратори, държавни дейци.

В „златния век“ на римското красноречие (1 век пр. Хр.) най-прославеният ретор и оратор е Марк Тулий Цицерон. Според популярната оценка на Квинтилиан, Цицерон не е име на човек, а синоним на оратор. Известно е, че в личната ораторска подготовка на Цицерон присъстват гласови упражнения, актьорска игра и мнемонически техники, но най-сериозно влияние за усъвършенстване на неговия ораторски стил е оказало двугодишното му обучение (79–77 г. пр. Хр.) в Родоската реторическа школа, където, под наставничеството на Аполоний Молон, Цицерон обуздава пълноводието на своето красноречие в твърди брегове, т.е. превъзмогва излишествата на пищния стил – азианизма. Важно е значението на реторическите школи в тристепенната образователна система. Възникнали още през републиканския период, тези школи са висша степен на хуманитарното образование. В тях учениците „тренират“ въображаеми убеждения, наречени *декламации*. Първоначално декламациите са упражнения за гласова

издръжливост и широк вокален диапазон, а по Цицероново време те вече включват и репетицията на речта преди нейното произнасяне. Известно е, че сам Цицерон е декламирал речите си първо пред своите приятели, за да изпита въздействието им и да добие вътрешна увереност.

По-късно, в императорски Рим от времето на Клавдий и Нерон, декламациите и декламаторите създават „нов стил”, който заменя изобилния Цицеронов стил с остроумна краткост и блестящи сентенции. В този период декламациите се разглеждат като ораторско творчество с учебен характер. Учителят предлага тема, ученикът я разработва пред другарите си два пъти – седнал и прав. Практикуват се *свазории* – по-леки упражнения върху теми от обществения живот, и *контроверзии* – учебни речи по съдебни казуси. Свазориите и контроверзиите наподобяват съвременните психологически и театрални етюди.

По данни на Квинтилиан в римската система за обучение по реторика от I век насетне са застъпени упражненията: *разказ* (приказка/басня, разказ с доказване, исторически разказ), *потвърждение и опровержение на текст* (анализ на вероятност/невероятност чрез откриване на несъответствие и непоследователност); *похвала, порицание и сравнение* (етично разсъждение за доброто и лошото); *общо място* (правно порицание на извършено престъпление); *тезис* (разработване на проблем от философски, политически, социален характер); *хрея* (съчинение-разсъждение върху сентенция/деяние на известна личност, наподобяващо отговор на литературен въпрос); *похвала и порицание на закон* (Петрински 2014: 114–117).

Реторическите упражнения, наречени *прогимназми*, са в основата на византийския реторически Канон. Изучават се в средните училища и са не само мост към декламациите във висшите школи, но имат многостранни функции. По думите на Г. Петрински „Те представляват изключително важен елемент от литературното образование на интелектуалния елит от I в. пр. Хр. до края на византийската епоха и отпечатъкът им върху цялата литературна и административна традиция е забележим” (Петрински 2014: 110). По съдържателен и функционален критерии Г. Петрински разделя прогимназмите на: *наративно-коментарни упражнения* (басня-диегема и хрея-гнома, потвърждение и опровержение); *упражнения по съдебно красноречие* (топос – обвинителна реч срещу

престъпление); *упражнения по епидейктика* (писане/произнасяне на похвални слова, порицание, сравнение между исторически и митологични персонажи, описание); *упражнения по съвещателно красноречие* (тезис – поставяне на проблем от етичен характер, предлагане/отхвърляне на законопроект) (пак там, 119–120).

По-късно в средновековната историята ритуалът по канонизиране на светец изисквал назначаването на служебно лице, което влизало в ролята на *адвокат на дявола*. Церемонията изисквала същият да се противопоставя на канонизирането, оспорвайки казаното с доводи, чиято истинност не бил задължен да доказва. Имал право да спори, опонира и полемизира, като търси противоположната гледна точка. Идеята била изтъкваните качества и заслуги на предлагания за канонизация да издържат на оспорването. Днес логиката на тази реторическа практика е заимствана в някои секретни разработки на американската армия, каквито са техниките *адвокат на дявола* и *трибунал на смъртта*.

Този кратък преглед на исторически данни показва, че практическото реторическо обучение винаги е било важна и неизменна част от подготовката на публичния деятел и комуникатор.

Перспективите в използването на комуникативно-тренинговите модели в съвременното обучение по реторика произтичат от основните тенденции в развитието на академичното обучение, а неговите опорни стълбове днес са интердисциплинарност и видими перспективи за практическа приложимост. Ако реториката от класическия ѝ период се възприема като изкуство да се завладяват душите посредством красноречието и убеждаването, то днешната, модерна реторика представлява сложен комплекс от комуникативни компетенции и умения, богат инструментариум от средства, техники и стратегии за формиране на мнение, убеждаване и въздействие. Актуалната социокултурна и технологична промяна още по-чувствително наложи реториката като научно-практическа област с фундаментална приложимост. Отличното владение само на теорията обаче съвсем не е достатъчно, защото то не гарантира изграждането на добри комуникатори и оратори. „Да притежаваш, без да ползваш, не е нищо” казва Езоп („Басни”). Историята разказва как 390 г. пр. Хр. в Атина Изократ основал образцова реторична школа, своеобразен университет за политици, държавници и литературни дейци. Сам той обаче бил притеснителен и изпитвал страх от трибуната. Често го питали

как обучава на нещо, което самият той не умее. Отговарял, че и точилото не може да реже, но точи ножовете.

Каква е концепцията за реторическия тренинг и неговата роля в съвременната комуникативна подготовка? Тренингите са високо ефективна форма на обучение, при която преподаването на теоретични знания се съчетава с придобиването на практически умения. Обучение, базирано на преживяването и прекия опит на обучаемите, начин да се учи и едновременно да се прилагат резултатите от наученото в практиката.

Комуникативно-тренинговият модел предполага висока степен на интеракция – обмен на информация, активно и непосредствено усвояване, натрупване на опит. Обучаемите сами достигат до основните правила и теоретични постановки, направлявани от преподавателя, при това те акумулират и надграждат наличните знания и практически умения – всеки запознат с реториката тук би могъл да разпознае Сократовия метод на преподаване.

В реторическите тренинги могат да се използват разнообразни, но и прецизно подбрани съобразно конкретната комуникативна задача илюстративни методи – словесни задачи, езикови ролеви игри, спонтанна, симулирана или отразена речева продукция, психологически етюди, дискусии и диалози, аргументативни казуси, декламации, упражнения за обратна връзка, симулации и диссимулации, невербален анализ и др. Тези динамично-педагогически способности помагат да се превъзмогне пасивното усвояване на теоретичния материал. Веднъж изложени, теоретичните постановки нагледно се демонстрират и проиграват от участниците, което води до тяхното активно и трайно овладяване.

Ефективността на реторическите тренинги може да се измерва в няколко аспекта:

- 1) възприемат се позитивно от всички участници;
- 2) позволяват да се усвоят правилата на ефективното общуване и да се отработят практически комуникативни навици и умения;

3) предоставят непосредствена обратна връзка, т.е. водят до адекватна самооценка на участниците.

Литературните данни сочат, че усвояването на нови знания в тренингов формат е около 5 – 6 пъти по-ефективно в сравнение с класическото теоретично поднасяне на материала. И това е обяснимо. Айнщайн казва: „Теорията прави толкова по-голямо впечатление, колкото по прости са нейните предпоставки и колкото по-широка е областта на нейното приложение” (Айнщайн 1969: 610). Особено важна е ролята на практическите реторически упражнения за изграждането на добри презентационни умения – все по-ценни в днешно време и намиращи приложения в различни ситуации. Подхождайки методично към въпроса за предимствата и недостатъците от Power Point презентирането в педагогическата практика, Донка Петрова основателно критикува битуващата „илюзия”, че съставянето им е лесно и предупреждава, че, при определени условия, „крайният резултат може да е много неефективен” (Петрова 2018: 43). Подчертава и първостепенното значение на избрания подход за структуриране на материала. Успешно приложими в убеждаващата комуникация могат да бъдат: методът на хронологичната подредба при научните презентации; подходът предимства срещу недостатъци при изграждане на двустранна аргументация по сложни и нееднозначни за аудиторията теми; способите за структуриране на изложението причина – следствие и проблем – решение в сферата на бизнес комуникацията и преговорния процес (Петрова 2018: 46–47).

Овладеяването на практическите методи на реториката е важно, но също толкова важна, и дори първенстваща по значение, е тяхната теоретична дисекция. Не могат да се прилагат ефективни практически упражнения, ако същите не са поставени преди това на солидна теоретична основа. И ролята на реторическите тренинги, провеждани в академична среда, е да предоставят разумен и оптимален баланс между теорията и практиката.

Могат да бъдат посочени различни сфери от модерната публична и политическа дейност, които изживяват негативите от липсата на свързващо звено между теорията и практиката. Красноречив пример за това са екологичните политики, базирани на разбирането за хармонично съжителство между човека и природата. Обособяването на своеобразен екополитически стил говорене е феномен, обясним с факта, че екологичното мислене е модерно. „Благоприятните резултати, обаче, засега остават само на теория, защото

практическите дейности по опазването на околната среда почти не намират място във всекидневието на българина” (Балова 2019: 242). Както казва Стоянка Балова: „Темата...излезе от фазата на сензацията, премина през полето на естествения скептицизъм и сега вече се намира в дългата фаза на прагматичната политическа и икономическа дискусия (пак там).

В заключение, ролята на комуникативно-тренинговият модел в съвременното обучение по реторика може да се разглежда в два аспекта – от една страна, усвояването на практически техники и методики поставя теоретичното реторическо познание на солидна приложна основа; от друга страна, тренинговите модели, с тяхната широка приложимост, демонстрират основното и най-присъщо на реториката качество, а именно нейната адаптивност и склонност към интердисциплинарност и взаимодействия с други традиционни и модерни науки.

В идеята за разработването на практическата реторика като област на модерното реторическо познание резонират както традициите и приемствеността, така и новите проявления на тази древна наука. Разностранните предметни полета на приложение недвусмислено показват наличието на здрава и защитима връзка между реторическата класика и модерните проявления на убеждаващата комуникация. Разработването на практическата реторика може да бъде не само полезна академична практика, която да насърчи интердисциплинарния подход към изучаването на хуманитарните дисциплини, комуникативните тренинги могат да бъдат и ниша за формиране на една практическа реторическа общност, предоставяща терен за взаимодействие на различни специалисти – реторици, психолози, журналисти, филолози, юристи, др.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Авъл Гелий 1985: Авъл Гелий. *Атически ноци*. Съст. А. Николова, прев. В. Атанасов. София: Наука и изкуство, 1985.

Александрова 2013: Александрова, Д. *Метаморфози на реториката през XX век*. София: УИ „Св. Климент Охридски”, 2013.

Айнщайн: Айнщайн, А. Успехи на физичната наука. – В: *Блясъци на остроумието*. Съст. М. Григоров, К. Кацаров. София: Издателство на Националния съвет на Отечествения фронт, 1969. 610

Балова 2019: Балова, С. Екополитическата реторика на прехода. – В: *Преходът и политическите езици*. Под ред и съст. на М. Мизов. София: Авангард Прима, 2019, 242–251.

Барили 2012: Barilli, R. *La Retorica. Storia e teoria. L'arte della persuasione da Aristotele ai giorni nostri*. Milano: Fausto Lupetti Editore, 2012.

Йорданова 2015: Йорданова, Р. Представяне на „Кратък терминологичен справочник по обща и политическа реторика“. – В: *Електронно научно списание „Реторика и комуникации“*, бр. 26, януари 2017, последно посетен 13.12.2019, <<http://rhetoric.bg/>, <http://journal.rhetoric.bg/>>.

Квинтилиан 1982: Квинтилиан, М. Ф. *Обучението на оратора*. Прев. М. Порталски. София: Наука и изкуство, 1982.

Петрински 2014: Петрински, Г. *Късноантична и византийска канонична реторика*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2014.

Петрова 2018: Петрова, Д. Презентационни умения в помощ на учителя. – В: *Е-списание „Географ“*, бр. 3, 2018, 43–51, последно посетен 13.12.2019, <<https://geograf.bg/bg/article/e-spisanie-geograf-br-3-2018>>.

Плутарх 1987: Плутарх. Демосфен и Цицерон. – В: *Избранные жизнеописания*. Т.2 (XXV – XXVI). Москва: Правда, 1987.

Фюмароли 2010: Фюмароли, М. Ст. История на реториката в съвременна Европа. – В: *Нови изследвания по история на реториката*. Съст. Л. Перно, Л. Методиева. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2010.

RHETORICAL EXERCISES – ANCIENT PRACTICE AND MODERN NECESSITY. THE COMMUNICATION-TRAINING MODELS IN THE STUDY OF RHETORIC

Nelly Stefanova, PhD, associate professor, Sofia University “St. Kliment Ohridski”

Abstract

The article is motivated by the idea of developing practical rhetoric as an area of modern rhetorical knowledge. It has been argued that the field of applied rhetoric reflects both the

traditions and continuity and the new manifestations of the science of persuasion. The high effectiveness of the application of communicative-training models in the contemporary study of rhetoric is analyzed. The main methodological tool – rhetorical exercises, with their inherent variety of forms and functionality, are the intersection of ancient traditions and modern perspectives and show the strong connection between rhetorical classics and the new manifestations of the science of persuasive communication.

Keywords: practical rhetoric, trainings, rhetorical exercises, communication-training models, persuasive communication.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Стефанова, Нели. Реторическите упражнения – древна практика и модерна необходимост. Комуникативно-тренинговите модели в обучението по реторика – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587.
<<http://medialinguistics.com/2020/01/11/ancient-practice-and-modern-necessity/>>

Тренинги за развитие на просоциалната комуникация на професионалисти

Донка Петрова

Резюме:

Просоциалната комуникация като интеракция, при която има стремеж да се съхрани достойнството на другия, дори при наличие на конфликт, и да се подходи просоциално е във фокуса на настоящия материал. Той се спира върху дефинициите за просоциалност и просоциална комуникация и върху опита за операционализиране на просоциалната комуникация. Наред с този теоретичен обзор докладът представя идеи и насоки, извлечени от практиката, как професионалисти, в случая медицински лица, могат да бъдат обучени да развиват и надграждат комуникативните си умения, като обучителният подход е базиран на принципите на преживелищното учене.

Ключови думи:

просоциалност, тренинги, комуникация, ролеви игри.

Просоциално поведение и просоциална комуникация

В психологията понятието просоциалност може да се разглежда като антипод на антисоциалност и обикновено се дефинира като склонност към оказване на помощ, към солидарност, коопериране с други индивиди и групи. Изучава се от много научни направления и през много перспективи – като социална психология, психиатрия, невронаука, спортна психология, бизнес комуникация, антропология, криминология и др.

Съответно, можем да открием множество дефиниции на просоциалното поведение, които включват обикновено компонентите доброволност и безвъзмездност. Просоциалното поведение може да се опише като целенасочено ориентирано към това да облагодетелства друг човек. Може да включва оказване на помощ, споделяне, даване, успокояване, грижа (вж. Staub 1979; Bierhof 2002).

Настоящият материал отразява опита, извлечен от подготовката и провеждането на интерактивни тренинги за професионалисти (медицински сестри и лекари) за развиване на комуникативните умения и с фокус специфично върху просоциалната комуникация. Те

бяха осъществени като част от цялостно няколкодневно обучение от няколко модула в рамките на проекта „Възраждане: Подходяща среда за защита на жени, жертви на насилие, на всяко равнище[1]”, част от чиито цели бе именно повишаване на уменията на професионалисти, които влизат в контакт с жертви на насилие, да им окажат цялостна подкрепа, съобразена с тяхното състояние. Дори отвъд работата с тежко травмирани (от насилие или нещо друго) хора, медицинските професионалисти могат да спечелят от развиването и подобряването на своите комуникативни умения. Добрата връзка между лекуващ и пациент е предпоставка за успех на лечението; първите лица, с които травмираният индивид влиза в контакт, могат да го насочат и към други услуги и програми, неболнични, така че да се подкрепи цялостното му възстановяване, но следва да знаят как да подхождат. Също така, от качеството на комуникация между професионалист и клиент/пациент нерядко зависи и това дали последният ще има оплаквания, жалби и др. Ето защо просоциалната комуникация бе планирана като значим модул в планирането на обученията за професионалисти.

За целите на проведените обучения бе ползвана работната дефиниция на просоциалността, ползвана и в Института за изследване на просоциалната комуникация (LIPA[2]), с които бе осъществено партньорство в процеса на разработване на дизайна на самите тренинги. Следвайки тяхната дефиниция, можем да опишем просоциалността като *набор от поведения, които, без очакване за външна или материална награда, са ориентирани към зачитане на другите според техните очаквания, и които увеличават вероятността за създаване на позитивна реципрочност в интерперсоналната или социалната комуникация, и които защитават идентичността, креативността и автономната инициатива на другите* (Roche 1995: 16). В тази дефиниция ключова е оценката на другия, на реципиента в комуникацията – дали ще се усети зачетен, приет, удовлетворен според своите очаквания и специфики (не нашите, които може да не са коректни). Даване на съвети или помощ, които не са поискани, нежелана намеса в живота на другия, създаване на отношения на зависимост, например, не са форми на просоциално поведение.

Интересът към просоциалното поведение е свързан с множеството потенциални ползи от него – както за реципиента, така и за самият източник на това поведение. Според изследвания то може да повиши усещането за смисъл и полза в живота, да въздейства

благоприятно върху самооценката, да спомага за изграждането на добра репутация, да насърчава добрите взаимоотношения с другите и цялостно, свързаността с общността (вж. Klein 2016). В този смисъл просоциалната комуникация може значително да благоприятства създаването на цялостно положителен климат на общуване в групи и организации, включително с разнородни аудитории, да насърчава доверието между хората и усещането за принадлежност. В същото време просоциалността не означава пасивност, отстъпчивост или липса на асертивност, а предполага дори отстояването на себе си, даването на откази и прочее да се случва по начин, който показва уважение към другия, а не отхвърляне, пренебрежение, грубост.

В този контекст приемаме, че просоциалното поведение и комуникация в практиката на медицински професионалисти може да спомогне за формиране на по-добри взаимоотношения с техните пациенти, да разшири уменията им да оказват подкрепа и грижа – не само медицинска, но и психологическа – на индивиди, които са преживели травми и са в състояние на дистрес, да предлагат по подходящ начин насочвания към други услуги и програми, които извън болницата могат да са от полза на подобни травмирани хора.

За целите на планиране на обучения екипът на LIPA предлага 17 дименсии, чрез които просоциалната комуникация може да се операционализира, да се опише като набор от фактори/дименсии, всеки от които може да бъде подобряван и развиван. Това идва като допълнение и надграждане над съществуващите дефиниции, които са насочени преди всичко към понятието просоциално поведение. Описаните в следващите абзаци дименсии целят да обвържат просоциалната комуникация със съответни поведенчески и атитюдни детерминанти (вж. Escotorin & Roche, 2011; Escotorin 2013).

Дименсии на просоциалната комуникация

- **Достъпност за комуникация:** Позитивна нагласа, когато някой търси контакт. Достъпността може да бъде демонстрирана вербално, както и невербално.
- **Подбор на правилния момент:** Много неразбирателства могат да се избегнат, ако се подбира подходящият момент да се постави даден въпрос. В моменти на високо натоварване, скандали и конфликти в работата, например, са много по-чести. Пререкания с клиенти, пациенти са много по-вероятни, когато участниците в комуникацията са изтощени, претоварени или стресирани. Тази дименсия е свързана

със съображения като дали проверяваме има ли време другия да се повдигне важен въпрос, отчита ли се настроението на участниците и дали темата е подходяща за него, на подходящо място ли се води комуникацията.

- **Освобождаване на съзнанието от други неща:** Възприемчивостта към другия предполага да освободим съзнанието си от други мисли – това не е лесно, но не е и невъзможно. Това е краткотрайно изместване на мислите ни от нашите проблеми и дела към тези на човека срещу нас.
- **Пребиваване в настоящия момент:** Според Робърт Рош хората, които са „закотвени“ в миналото или прекалено вгледани в бъдещето, не изживяват настоящето си пълноценно. Този фактор е свързан с въпроса дали можем да се концентрираме върху общуването в момента, без разсейване с мисли за миналото или бъдещето.
- **Емпатийност:** Емпатията предполага специална способност да видим нещата от перспективата на другия човек, дори да съпребивеем техните емоции. Човек може да търси начини да развива своята емпатийност, например ако целенасочено обръща внимание на емоциите на другия и дава обратна връзка за това („Изглеждаш притеснен. Случило ли се е нещо?“) и ако ползва невербалната комуникация ефективно. Ако искаме да изградим взаимоотношения с някого е нужно не само да го разбираме, но и поддържаме, ценим, изслушваме и ако е нужно, дори да овластяваме (да подкрепяме неговата самоувереност и инициативност).
- **Подкрепа за чувството на достойнство на другия:** В общуването е важно и да покажем, че приемаме другите на сериозно. Те следва да чувстват, че ги ценим като индивиди, приемаме, че са достойни за интерес и уважение. Това може да се случи чрез думи, но често се случва чрез лицеви изражения, поза, жестове и други невербални сигнали.
- **Позитивна оценка за другите:** Важно е да оценяваме положително напредъка или постиженията на другия. Вярата в потенциала на другите ги кара да напредват по-бързо. Това не означава празни хвалби и фалшиви комплименти, а забелязване на реални позитиви и отбелязването им.
- **Внимателно слушане (активно слушане):** Слушането е често най-трудният аспект от комуникацията. То означава разбиране на посланието и отклоняване на

разсейващи неща. Включва и много невербални компоненти – най-вече очен контакт, кимане, подходяща поза.

- **Подходящ начин на комуникация:** Важно е не само какво казваме, но и как. Неподходящо отправено послание може да породи проблеми и конфликти. Отново невербалното играе значима роля – например, важно е да съобразим тона на гласа си с другия: ако на него му се струва, че се караме, дори да не е така, това ще повлияе негативно комуникацията.
- **Приемане на негативното:** За да се развиваме комуникативните си умения е важно да осъзнаваме своите пропуски, проблеми в общуването. Този фактор е свързан и с въпроса дали можем да приемем, че другия вижда у нас нещо негативно, или ние в него, и въпреки това да продължим да общуваме.
- **Позитивно разрешаване на конфликти:** Конфликтите са неизбежна част от общуването – важно е да се осъзнава и приема това, както и че те могат да се разрешават без ескалация или агресия. Различните конфликти имат различни причини и изискват различни подходи – някои са свързани с несъгласие за факти. Това може да се реши относително лесно. Много по-сложни са конфликти, свързани с различия в целите, ценностите, вярванията. Тук е важно хората да имат желание да работят за разрешаването им и да зачитат личността на другия.
- **Споделено вземане на решения:** Просоциалният подход предполага вземане на решения в група, ценене на всяко мнение и идея, зачитане на мненията и на малцинството, стремеж да се въвлекат всички членове в процеса. Този фактор е свързан с готовността да бъде въвлечен партньора в общуването и във вземането на решения, включително ако той е пациент.
- **Даване на информация, която е достатъчна и релевантна:** Няколко добре премерени думи могат да са напълно достатъчни в общуването, многословието може да бъде объркващо. Това има отношение към ежедневната комуникация – можем ли да предадем нашето послание, но без да се разливаме. Това е умение, което изисква усилие и практика. В работата на много професионалисти е свързано с въпроса дали подбираме количеството и типа информация, която да е най-подходяща за даден клиент/пациент в определени обстоятелства.

- **Откритост към емоциите, положителни и отрицателни:** Това е един от важните аспекти на комуникацията, защото емоциите в нея я правят по-лична и ексклузивна. Да разкрием нещо от себе си пред другия, ако контекстът предполага това, му помага да ни разбере по-добре.
- **Контрол на комуникацията:** Този фактор е свързан най-вече със съзнателния подход към комуникацията. Важно е да следваме консистентни правила на общуване в работата. Важно е и да отчитаме, че различните хора виждат нещата по различен начин и може дори да влагат различен смисъл в едни и същи думи. Ако не разбираме нещо, важно е да питаме и да се стремим да го изясним. Ако не сме сигурни, че другият ни разбира, то следва да проверим това (като питаме и/или следим невербалните сигнали). Ако не сме убедени, че аудиторията разбира някой термин, следва да го разясним.
- **Изясняване, по просоциален начин, на структурните правила на общуването:** Правилата са като „цикли на интеракция, които се повтарят“ (Roche 2006: 149). Често дори не осъзнаваме, че някое правило съществува, докато не бъде нарушено – това се отнася преди всичко до неписаните правила, както и до тези на невербалната комуникация. Р. Рош идентифицира категории правила: например, нормативни (относно аспекти на поведението – забрана за пушене и др.); интерактивни (относно начина на комуникация – не се говори на висок в глас в чакалнята и др.). Обсъждането на правилата е ключово за работата в група.

Правилата на интеракция често са имплицитни и съществува допускане, че хората ще ги разберат. Ако обаче бъдат направени експлицитни и ясни много недоразумения могат да отпаднат.

- **Развиване на специфична емпатийна цел:** Комуникацията с клиенти и пациенти често не е еднократен процес и продължава и в бъдещи моменти. Когато те отново се появят е важно да се покаже, че не са забравени, че професионалистът е ангажиран с техния проблем.

Методология на тренингите за просоциална комуникация

Както теорията да се превърне в практика е, разбира се, основният въпрос при подготовката и дизайна на всяко обучение. Някои ключови принципи, независимо от темата на обучението, са свързани с андрагогията и обучението на възрастните. Ето някои ключови от тях (адаптирано от Collins 2004):

- Да предполага самонасочване, самостоятелен избор за участие, не принуда.
- Да отговаря на непосредствени потребности, например за повишаване на професионалната компетентност – тогава мотивацията е най-висока.
- Да е базирано на принципа на участието – обучаемите да са активни, да участват със своя опит, примери и прочее, а да са не пасивни слушатели.
- Да дава възможност за преживелищно учене – основано на споделен опит; обучаемите могат да се учат едни от други и дори треньорът да учи от участниците.
- Да насърчава към рефлексивност – рефлексията върху преживяното и чутото носи реалните ползи. Тя дава възможност за достигане до общи принципи, които да се пренесат в практиката.
- Да включва постоянна обратна връзка – тя може да бъде корективна, но да е уважителна и подкрепяща.
- Да е базирано на уважение към обучаемите – взаимното доверие между членовете на групата и треньора са ключови.
- Да се провежда в защитена среда – среда на доверие и подкрепа, в която обучаемите могат да се отпуснат, за да пробват нови начини на поведение и общуване, без страх от критика и насмешка.
- Да се случва в комфортна учебна обстановка – физическият дискомфорт от всякакъв тип е пречка пред ефективния обучителен процес, независимо от всякакви други фактори.

С цел прилагане на тези принципи обучението бе осъществено в приятна учебна обстановка и беше изнесено извън София, града, в който участници и обучаеми живеят и работят, за да се потопят изцяло в обучителния контекст. Разбира се, изнасянето на обучения не е винаги възможно и зависи изцяло от бюджетни съображения, но когато е възможно, то това носи допълнителните ползи участниците да се чувстват обгрижени и да

могат да се откъснат от ежедневни задължения. Осъществяването на останалите принципи предполага опитност на обучителите, създаване на благоприятен климат на доверие чрез въвеждащи тренингови упражнения за опознаване (така наречените „ледоразбивачи”), както и подбор на подходящите тренингови методи за основната тема – просоциалността.

В тази връзка бе предвиден дизайн на обучение, който разчита преди всичко на *преживелищното учене*. Тренингите като метод в неформалното образование разчитат в голяма степен на интерактивността и именно на ученето чрез преживяване, не чрез предоставяне на информация.

Дейвид Колб първи предлага модел на преживелищното учене, който включва следните етапи:

1. Директно преживяване (в тренинговата среда): обучаемият се среща с нова ситуация или преживяване.
2. Рефлексия върху преживяването – обучаемият се стреми да осмисли преживяното. От особено значение са разминаванията между разбирането и преживяването – ако има неясноти, то те следва да се адресират от обучителят.
3. Извличане на общи принципи/генерализации от преживяното – то трябва да бъде основа за нови идеи или предефиниране на вече налично познание.
4. Активно експериментиране – прилагане на наученото в опита, планиране на следващи стъпки как може да бъде приложено.

Самото понятие преживелищно има за цел да очертае разлики, например, с когнитивните теории за ученето, които са фокусирани изцяло върху познавателните процеси и не върху афективната страна на процесите. Ученето се дефинира и схваща като „процес, при който познание се създава чрез трансформацията на опита” (Kolb, 1984: 38). Обикновено тези етапи са представяни под формата на кръгова диаграма. Фазите трябва да бъдат следвани в тази им последователност и всяка предишна да осигурява обратна връзка, която да е основа за следващите. Нещо повече – за обучаемите е нужно да преминат през фазите нееднократно, за да се постигне истински ефект (вж. Шарланова 2004).

В рамките на самото обучение за медицински професионалисти за насърчаване на рефлексия и саморефлексия участниците бяха запознати със седемнадесетте дименсии на просоциалната комуникация накратко, след което имаха възможността да попълнят самооценъчен въпросник, базиран на тези дименсии, по който веднага да оценят собственото си ниво на просоциална комуникация. Освен бързо увличащо, попълването на подобен въпросник действително има потенциала да провокира по-задълбочен анализ на собственото поведение (което обикновено просто „се случва”, без да се подлага на осмисляне), както и набелязване на някои „празноти”, които да се превърнат в основа за надграждане. Попълване на въпросници от групата и общото им обсъждане (например, на най-честите проблемни области, които участниците са забелязали) дава възможност и да се „диагностицира” новото на групата като цяло спрямо темата на обучението, в този случай просоциалната комуникация.

За целите на преживелищното учене като основен тренингов метод бяха избрани ролевите игри – метод, който позволява симулация на реалността, докосване до реалистични ситуации, макар и в защитената тренингова среда. Една дефиниция за тях е като „обучителна дейност, при която участниците разиграват набор от дефинирани ролеви поведения или позиция с оглед придобиване на желан опит” (Sogunro 2004: 358). Основните предимства на ролевите игри са свързани с възможността за различен поглед към ситуациите, излизане от собствената роля и влизане в тази на някой друг – и по този начин потенциално придобиване и на нови, различни перспективи. Нещо повече, когато се цели промяна на поведения, на нагласи, упражняване на умения (като комуникационните), информационно-когнитивният подход е напълно недостатъчен, ако участниците не изпробват новите умения или подходи на практика, дори чрез симулация.

Как можем да опишем ролевите игри в термините на Колб и преживелищното учене?

1. *Директно преживяване (разиграване)*
2. *Рефлексия върху преживяното – обсъждане на ролевата игра, емоциите и мислите, които е провокирала, идеите, които се появяват у участниците и зрителите.*
3. *Генерализация – извличане на изводи, принципи на база на разиграването – от участниците с помощта на треньора.*

4. *Планиране как тези изводи и принципи могат да намерят приложение в ежеднезната практика на участниците.*

Ролевите игри помагат за промяна на нагласи, позволяват участниците да осъзнаят последиците от определени избори в общуването, да видят различните поведенчески реакции на своите думи, дават възможност в защитена среда да се изследват проблеми в комуникацията, които по-трудно биха адресирали в реалния живот, както и да се изпробват нови начини на държание. Те предлагат симулация на реалността, като в същото време обикновено са интересни и увличащи за участниците.

Насоки за провеждане на ролевите игри:

- *Избор на роли и ситуация (от обучителите) – свързани с темата. В случая – ситуация на посещение при медицинския специалист на човек, преживял травма, който се държи объркано/гневно/примиренчески и стремеж специалистът да приложи принципите на просоциалната комуникация, за да му предложи помощ и насочване към други услуги.*
- *Избор на участници спрямо предвидените роли – добре е да бъдат доброволци и да няма принуда в участието.*
- *Запознаване с техните роли – обикновено са разписани върху лист хартия за всеки участник.*
- *Разиграване от участниците и наблюдение от учителя и групата.*
- *Излизане от ролите – след достигане в ролевата игра на определено разрешение на ситуацията или след определено време (при което водещият може да прекъсне играта, за да остане време за обсъждане).*
- *Благодарност към участниците и призив да се върнат на местата си и да излязат от ролите си.*
- *Коментиране на преживяванията на участниците.*
- *Дискутиране на преживяванията и анализите на публиката.*
- *Водещият може да предлага и други начини на реагиране в дадената ситуация, но само след като членовете на групата са се изказали.*

- *Изводи от участниците и публиката. Може да бъдат насърчени с подходящи въпроси от водещия като: Какво ви направи впечатление най-силно? Какви други начини на реагиране ви хрумват? Как може да приложите тези изводи във вашата пряка работа?*
- *Дискусия доколко разиграната ситуация може да се съотнесе към реалния опит на участниците в техния живот и практика. Отговаряне от водещия на въпроси, които това може да породите у участниците.*
- *Обобщение от водещия, формулиране на общи изводи.*

Разбира се, ролевите игри не са съвършен обучителен метод и носят и своите потенциални рискове. Например, някои членове на групата да не желаят да участват поради притеснение, че не могат да влизат в роли или че няма да се справят. Също така се разчита на спонтанността – понякога начина на разиграване и решенията на участниците, които имат само начални насоки, не сценарий, който цялостно да следват, може да се окаже различен от очакваното или да се отклони от темата. Важно е и участниците добре да разбират своите роли и какво точно се очаква от тях – което предполага прецизно формулиране на инструкциите към тях. И не на последно място, някои участници могат да реагират много емоционално на ролите си и след това да им е трудно да излязат от тях и да се отърсят от тези емоции. Ето защо провеждането на ролеви игри винаги следва да предполага и достатъчно време след това за дискусии, отърсване от емоциите, затваряне на обучителната сесия чрез подходящи тренингови игри.

При отчитане на всички тези съображения провокирането на рефлексия, въвеждането на някои нови концепти или умения и разиграването и затвърждаването им чрез ролеви игри са ефективен метод за развиване на комуникативните умения.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Бийрхоф 2002: Bierhoff, H.W. *Prosocial behaviour*. Hove, UK: Psychology Press, 2002.

Ескоторин 2013: Escotorín, G. *Prosocial Communication Inquiry in collaboration with gerontology health professionals. Consulta sobre comunicación prosocial con profesionales socio-sanitarios del ámbito gerontológico*. Tesis doctoral no publicada. Bellaterra: Universidad Autònoma de Barcelona, 2013.

Ескоторин, Рош 2011: Escotorín G., Roche R. *Cómo y por qué prosocializar la atención sanitaria: reflexiones, des-años y propuestas. Conclusiones del Proyecto Europeo CHANGE*. La Garriga: Fundació Martí i Humà, 2011.

Клайн 2016: Klein, N. Prosocial behavior increases perceptions of meaning in life. – In: *The Journal of Positive Psychology*. Routledge, 2016, 30.11.2019, <<http://home.uchicago.edu/~nklein/ProsocialBehaviorIncreasesMeaning.pdf>>.

Колинс 2004: Collins, J. Education techniques for Lifelong Learning. Principles of Adult Learning. – In: *Radio Graphics*, 2004. Vol. 24 (5), 1483-1489, 30.11.2019, <<https://pdfs.semanticscholar.org/89f6/a3cdc5e22dbf6f7c3a31ea7532e678c72111.pdf>>.

Колб 1984: Kolb, D. A. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development (Vol. 1)*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1984.

Рош 1995: Roche, R. *Psicología y educación para la Prosocialidad*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 1995.

Рош 2006: Roche, R. *Psicología de la Pareja y de la Familia. Análisis y Optimización (2ª ed.)*. Bellaterra: Servei de Publicacions Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.

Согунро 2004: Sogunro, O.A. Efficacy of role-playing pedagogy in training leaders: Some reflections. – In: *Journal of Management Development*. Emerald Publishing Group Limited. 2004, Vol. 23 (4), 355–371, 30.11.2019, <<https://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/efficacy-of-role-playing-pedagogy-in-training-leaders-some-reflections-IPByRmRT5R>>.

Стауб 1879: Staub, E. *Positive social behaviour and morality, Vol.2: Socialization and development*. New York: Academic Press, 1979.

Шарланова 2004: Sharlanova, V. Experiential Learning. In: *Trakia Journal of Sciences*. Trakia University. 2004, Vol. 2 (4), 36–39, 30.11.2019, <http://tru.uni-sz.bg/tsj/Volume2_4/EXPERIENTIAL%20LEARNING.pdf>.

[1] Проектът бе с продължителност 2 години – от януари 2018 г до декември 2019 г. В изпълнението му взеха участие три европейски държави: Италия (организациите Associazione Spazio Donna, Associazione Salute Donna и Azienda Sanitaria Locale Caserta), Испания (Fundacio Hospital Universitari Vall D’Hebron – Institut de Recerca (VHIR), Universitat Autònoma Barcelona (UAB) и Institut Català de la Salut (Institut Salut) и България („Асоциация Анимус”). Проектът е кофинансиран от Европейската комисия, по програма

„Права, равенство и гражданство”, споразумение номер 776629-SDO-REC-WAV-AG-2016/REC-WAV-AG-2016-01.

[2] *Laboratorio de Investigación Prosocial Aplicada*, Barcelona, Spain

TRAININGS FOR THE DEVELOPMENT OF PROSOCIAL COMMUNICATION AMONG PROFESSIONALS

Donka Petrova, PhD

Chief Ass. Professor, Sofia University “St. Kliment Ohridski”

Abstract

Prosocial communication defined as interaction during which the aim is to protect the dignity of the other person even in cases of conflict and to act prosocially falls into the focus of the current material. It presents the definitions of prosocial behavior and prosocial communication and the attempts to operationalize prosocial communication. Alongside this theoretical overview the material discusses ideas and approaches to training of professionals, in this case medical staff, in communication skills and prosociality. The training methods are based on the principles of experiential learning.

Keywords: prosociality, trainings, communication, experiential learning, role plays.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Петрова, Донка. Тренинги за развитие на просоциалната комуникация на професионалисти – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/11/training-development>>

Корпоративната култура – мисия, визия, ценности.

Реторически модели, използвани при работен семинар за повишаване ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията

Надежда Ванева

Резюме:

Корпоративната култура е симбиоза между мисията, визията и ценностите на една компания. Настоящата статия разкрива използваните реторически модели при реализирането на работен семинар за повишаване ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията. Използвана все по-често като основен инструмент за повишаване популярността на работодателската марка Employer Branding, корпоративната култура се налага като задължително условие за устойчиво развитие. Тя е базата на корпоративната комуникация и използва доказани реторически похвати за постигане на балансирано и успешно общуване на организацията с нейните вътрешни и външни аудитории.

Ключови думи:

корпоративна култура, комуникация, мисия, визия, убеждаване, проксемика

Един от основните акценти в корпоративната комуникация е свързан с подобряване на общуването на организацията с нейните аудитории – вътрешни и външни. Изследвайки всеки детайл от това общуване, задължително се уповаваме и на реторическите модели, защото реториката включва теорията и практиката на взаимодействието между комуникатора и аудиторията. Тя предполага обмяна на мнения, убеждения, вярвания, както и поведението, включващо всички елементи от невербалната комуникация на общуващите. Убеждаващата комуникация е част от онези модели на реториката, които са сред най-атрактивните тези в социалната психология през последните години. Тя все по-често намира своето практическо приложения в различните аспекти на бизнес общуването и се превръща в един от инструментите за ефективна корпоративна комуникация.

Работният семинар за повишаване ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията се базира на принципа на Мастърмайнд групите. Той използва силата на

фокусираното общуване, при което повече от двама човека мислят заедно в синхрон по една обща тема. Използвайки техниките на ефективно слушане и логическа аргументация на тезите си, те получават достъп до така наречения Мастърмайнд (Свръхразум). Той не е нещо, до което човек може да се докосне сам. За да може да го използва, човек има нужда да се съюзи с група единомишленици, да мисли и действа в синхрон с тях. Това, което могат да постигнат членовете на една Мастърмайнд група, е много повече отколкото сбора на нещата, които биха постигнали работейки поотделно. Според Наполеон Хил всеки път, когато две съзнания започнат да мислят заедно, се създава енергия, която може да привлече „трето съзнание“. Групата от хора, които заедно мислят и работят в хармония прави тази енергия става достъпна за всеки от тях, мултиплицира я благодарение на общото сътрудничество.

В корпоративната комуникация важните и стратегическите решения се взимат най-добре при събиране на мозъците на компанията. Само тогава заедно те могат да постигнат ефективност в изграждане на своята корпоративна култура – с изчистване на ясна визия, мисия и ценности.

Работният семинар използва някои от елементите на социално-психологическия тренинг, който е съвкупност от методи на групова психологическа работа, целящ да мобилизира личностния потенциал, процесите на себепознание и самоусъвършенстване, като по този начин да доведе до личностен ръст в някаква насока за всеки от участниците в тренинговата група (Боянова 2018).

Понятието „групова динамика“ визира сбор от социално-психологически взаимодействия между участниците на групата (сред които и нейния водещ), обозначаващи нейното развитие във времето. Въведено е от К. Левин (1890 – 1947).

Различните специалисти процеса на работния семинар за повишаване ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията различните теории използват някои от принципите на социално-психологическия тренинг:

- *Принцип на активността.* Базиран е на онази концепция на експерименталната психология, според която човек усвоява 10 % от това, което слуша, 50 % от това, което вижда, 70 % от това, което произнася и 90 % от това, което прави сам. Участието не е пасивно, участниците в него се включват в активности за търсене на решения и ролеви модели на поведение.

- *Принцип на изследователска и творческа позиция.* Създава се креативна атмосфера, която помага участниците да осъзнаят и сами да откриват идеи, без притеснение от негативни оценки.
- *Принцип на осъзнаването на поведението.* Използва се силата на обратната връзка за подобряване на междуличностното общуване в екипа, повишаване на доверието и засилване усещането за общност. (Боянова 2018)

За постигане на максимална ефективност провеждането на работния семинар се съобразява с някои от процедурите, предложени от Ървинг Джанис (по Андреева 1999: 114 – 115) за предпазване срещу феномена на груповото мислене:

- Канене на експерти извън групата, които да водят диалога и да насочват хода на дискусиите.
- Разделяне на групата на независими подгрупи, които поотделно трябва да разгледат и обмислят казуса и да предложат самостоятелни решения.
- След вземане на решението, организиране на обща дискусия, в която отново да се обмисли резултатът.

Основната сила на работния семинар е чрез съчетаването на различни акценти от популярни и широко използвани формати да създаде среда за общуване, в която предварително подбрани хора от екипа (обикновено вземащите решения) заедно да изчистят образа на компанията и да начертаят цели за развитието ѝ.

В книгата си „Основи на реториката“ Д. Александрова определя социалната природа на общуването като „процес, който се осъществява между хората като членове на обществото. Затова езикът е най-важното, но не и единственото средство за човешкото общуване“ (Александрова 2013: 21). Тя го нарича „процес за решаване на комуникативна задача“. Този процес започва от ефективното слушане и вслушването в тезите на участниците в общуването. Включват се всички елементи на невербалното общуване и създаване на предразполагаща среда, базирана на проксемичните инструменти за владение на пространството. Това са умения за ориентиране в условията на общуването, внимателно обмисляне на аргументите и избор на адекватни средства за тяхното предаване. Осъществяването на обратна връзка дава възможност за оценка на реакциите

на останалите участници, извличане на структурирани изводи и изчистване на фокуса на поставената комуникативна задача.

Приема се, че терминът „комуникация“ е интуитивно ясен и не подлежи на тълкуване чрез научна дефиниция. Етимологията на понятието произлиза от латинското „communicare“ – съобщавам, споделям, правя (нещо) общо. В класическата реторика „communication“ е термин, показващ стилистичното средство, чрез което ораторът подражава на хипотетичния глас на своя опонент или публика. Думата означава не толкова автентичен диалог, колкото симулация на диалог, изпълнен от единствен говорещ (Александрова 2013: 20).

Именно това е ролята на комуникационния експерт при провеждането на работния семинар за повишаване на ефективността на бизнес комуникацията в екипа – умело водене през елементите на структурата за начертаване на комуникационна стратегия и извличане на общи понятия, които да обединят мненията и да фиксират решения. Затова той може да се определи и като фактор за популяризирането на работодателската марка *Employer Branding*.

Employer Branding по дефиниция е комуникиране на позитивните качества на една компания в ролята ѝ на работодател. Той е отличен инструмент за разкриване на корпоративната култура към служителите. С него се показват възможностите на всеки настоящ член на екипа, както и тези, които се предоставят на всеки бъдещ член. Екипна работа, свободно време, обучения, научни или други разработки, пътувания, почивки, часове за брейн-сторминг, методи за оценка и кариерно повишаване на служителите – всички елементи на корпоративната политика могат да бъдат разказани на външните публики (Аламанов 2016).

Най-важното за корпоративната култура е изчистеното и ясно общуване в организацията. Този процес започва с изграждането на корпоративната култура и нейните конкретно формулирани елементи – мисия, визия, ценности.

Всяка институция съществува поради специфична цел и мисия, поради конкретна социална функция. В бизнес организацията това означава изпълнение на бизнес намерения. Важното е, разбира се, ръководството да се адаптира към икономическите промени бързо, интелигентно и рационално. Управлението на тези процеси предполага отговорност за опита да се формира бизнес среда; за планирането, за иницирането и

осъществяването на промени в тази бизнес среда; за непрекъснато отхвърляне на ограниченията, които икономическите обстоятелства налагат върху способността на организацията да дава своя принос. Възможното, определяно като „икономическите условия“, е само единият полюс в управлението на бизнеса. Другият е свързан с желаното, онова, което е в интерес на бизнеса на организацията.

Корпоративната култура се формира чрез обучение на служителите за прилагане на фирмените ценности и норми, които определят тяхното поведение. Тя е атмосферата и социалният климат в организацията. Тя е съвкупност от ценности и стилове на поведение на служителите. Можем да определим корпоративната култура като набор от ценности – обичаи, традиции, норми, вярвания, които са включени в различните дейности на организацията и именно това прави тази организация уникална.

Корпоративната култура е индивидуалността на организацията – начинът, по който се върши работата. Тя е съвкупност от споделени устойчиви социални норми на взаимоотношения и навици, морални и духовни ценности, символи и стремежи, изграждащи динамични модели на поведение, отличаващи компаниите една от друга. В този смисъл може да се каже, че тя е „лицето“ на фирмата.

Именно затова, работейки за подобряване на общуването на организацията с нейните аудитории, започваме от „изчистване“ на корпоративната култура. Това поставя основите на общуването вътре в компанията и изчистване на фокуса на служителите – вътрешните аудитории. Също така начертава посоките и тона на общуването с клиенти и партньори – външните аудитории.

Работният семинар за формиране на ясни послания на корпоративната култура има за цел повишаване на ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията. Провеждането и решаването на реални работни казуси по време на семинара извеждат категоричното заключение, че докато не бъдат изяснени тези понятия вътре в организацията, всяка комуникационна стратегия ориентирана навън няма да постигне задоволителен резултат.

Работният семинар служи като основа за създаването на комуникационна стратегия, която да определи бъдещото развитие на компанията. Стратегия, която включва използване на пълния спектър от комуникационния микс, формулиране на силните и слабите страни, както и на възможностите и заплахите пред развитието на организацията. И като всяка

комуникационна стратегия – да постави ясни цели, да покаже пътя, по който всеки един от екипа вижда развитието на тази компания.

Много български компании, които са достигнали един успешен етап от развитието си, но само и единствено следвайки инерцията на бизнеса, на продажбите, на извършването на пряката дейност, която носи печалба. По пътя обаче много рядко е поставян ключовият въпрос ЗАЩО? Защо правим това, което правим?

Саймън Сайнек в своята книга „Започнете със ЗАЩО“ говори за златния кръг. (Синек 2014). Защо? Как? Какво? Според него всеки човек, всяка организация на планетата знае какво прави. Някои знаят как го правят. Но много, много малко хора или организации знаят защо правят онова, което правят. И под „защо“ нямаме предвид „за печалба“. Тя е резултат. Под „защо“ имаме предвид каква е целта, каузата, в какво вярваме?

Ако говорим за това в какво вярваме, ще привлечем онези, които също вярват в това, в което вярваме и ние. „Хората не купуват това, което правиш, купуват причината да го правиш“, казва Сайнек (Синек 2009).

Общуването е процес, който има „душа“ и жизнен цикъл. В стремежа да бъде определена корпоративната култура на компанията, работният семинар включва основните хора – тези, които вземат решения и чиито действия са определящи.

Една компания е микрообщество и в нея действат законите на всяко общество, по същия начин както и в семейството. Следвайки тази мисъл и подхождайки със същата загриженост и интерес, можем да изведем личната история на всеки член на обществото като пример, като мотив за сплотяване и развитие. За формирането на корпоративна култура е необходимо да се подобри общуването в организацията, да бъдат изчистени посланията за ценност и мисия и същите да бъдат предадени адекватно на всеки служител или клиент.

Работният семинар започва с търсене именно на онова зрънце дух, около което да бъде изградено чувството за полезност. Чувството за сигурност и желанието за принадлежност. Обикновено те са заложили в личните истории. Семинарът провокира всеки един от участниците да включи своята история, да покаже своята гледна точка и така, като пъзел, да създаде устойчива цялостна картина на корпоративната култура. Разказването на истории носи странния дух на съживяване, стимулира въображението и дава тъй нужното усещане за свързаност. В основата е изразяването на достъпен,

разговорен език, който в повечето случаи има различни значения, но е абсолютно неподправен и неангажиран с рекламни послания. Той е изцяло автентичен.

Преди началото на семинара комуникационният експерт, който го води, проучва състоянието на бранша и анализира нивото на вътрешната и външната комуникация в компанията. Целта е да бъдат изяснени начините и каналите на общуване между служителите вътре в компанията, както и механизмите, посланията на общуване с клиенти и партньори.

Фокусът на работния семинар се свежда до определяне на мисията, визията и ценностите на компанията. Водещата емоция, която събитието цели, е провокацията и отключването на любовта. Защото любовта е определяща в културата на отношенията. Тя е важна съставна част в създаването на културата на организация. Това означава – култура, в която хората искат да бъдат. Защото обичат това, което правят.

Според д-р Айвън Майснер, визионер на най-голямата международна нетуъркинг организация BNI, корпоративната култура се създава чрез три основни фази: (Misner 2019) корпоративни „традиции“, които водят до корпоративни „ценности“, а те от своя страна, водят до корпоративната „култура“. Традициите поставят началото. Разбира се, тези традиции могат да са повече или по-малко здравословни, но ние се фокусираме върху здравословните. Традициите ни казват кои сме като племе. Казват ни кое е важно за нас и как да го приложим в организацията. След като направим традициите важна част от компанията, те се превръщат в елемент от нашите основни организационни ценности.

Ценностите на една компания са нейните основни вярвания и водещи принципи. Те определят поведението на хората в нея и им помагат да разберат по-добре очакванията в рамките на организацията. Приобщаването на традициите към ценностите е изключително важно за прогресиращия успех на компанията – дават ни стабилност, за да създаваме велики преживявания. Ключов елемент е и иновацията. Ако традициите ни припомнят откъде сме дошли, то иновацията ни показва накъде искаме да отидем.

И така, традициите ни водят до ценности, а ценностите – до организационна култура. Следователно, ценностите, на които организацията базира дейността си, имат директно влияние и създават културата.

Част от фирмената култура е начинът, по който общуват хората вътре в компанията и това общуване не се ограничава до коледното парти или стила на обличане, както и до

действащи разпоредби и правилници. Основна роля за разпространението на правилата на поведение, на ценности и вярвания пред колектива има лидерът. Необходимо е да бъде изчистен образът на лидера в конкретната бизнес реалност. Това, от една страна, е собственикът, а от друга – изявени мениджъри в компанията. Те разпространяват своите убеждения пред колектива. С течение на времето именно тези хора се превръщат в даденост, като нещо реално и необходимо, което не подлежи на обсъждане и оценка. По този начин корпоративната култура се ражда като набор от колективни неосъзнати вярвания и поведения. Може да се каже, че тя се формира от намеренията на работодателя и ентусиазма на персонала. Силните функционални култури помагат при мотивиране на служителите за постигане на ефективност в работата.

Визията и мисията са средства за формулиране на корпоративната култура, която дава ясна ориентация за пътя на развитие на компанията. Това са бизнес идеите, които са ориентирани към бъдещето. Според Гюнтер Мюлер-Стивънс и Кристоф Лехнер „Визията е основополагащата идея за съществуването на фирмата“ (Müller-Stewens 2016). Тя се основава на три елемента:

- Не се фокусира само върху екипа. Насочена е към всеки отделен служител на компанията. Добрата визия може да подпомогне ориентацията в процеса на работа и в динамиката на външната среда, така че процесите да текат с ред и лекота.
- Мотивира служителите.
- Основава се на дългосрочно виждане за компанията и осигурява приемственост и стабилност (Müller-Stewens 2016: 34).

Мисията по дефиниция е изложение на целта на фирмата. Тя съчетава това, което фирмата се опитва да постигне и дефинира, с по-широки термини съвпада с развиваната икономическа дейност. Всяка стратегическа мисия изразява основните причини за съществуване на компанията и желаните ползи за всички в нея – собственици или управители, служители, клиенти, партньори и др.

Ето защо, ако мисията очертава това, което фирмата се стреми да постигне в краткосрочен план, нейната визия предлага поглед върху това, в което компанията може да се превърне в дългосрочна перспектива.

В процеса на ясно дефиниране на мисията и визията, като елементи на корпоративната култура, по време на работния семинар се използват различни реторически техники – от елементите на убеждаваща комуникация до всички части на ефективното невербално общуване. Комуникационният експерт, който води семинара, се стреми да обедини мислите, реакциите и поведението на участниците в една обща посока за фокусиране в позитивния имидж на компанията и ясното съзнание за нейното успешно развитие. Убеждението често е и синоним на вяра. Според Д. Александрова „ако човек е убеден в нещо, това означава, че той вярва в него“ (Александрова 2013: 49) Тук обаче говорим основно за понятието „оправдана вяра“, което е и смисълът на убеждаването. Провеждането на дискусии и сесии на работния семинар целят да изведат конкретни доводи, аргументи и основания, на база на които участниците да се обединят около вярванията, които ще оформят визията и мисията на компанията.

В края на работния семинар се стига до ясно формулирани ценности, мисия и визия. Екипът вече е като юмрук. Всеки един от присъстващите се чувства лидер на своя екип, в своята сфера, в сърцето на самата компания. Като търси и намира индивидуалния отговор на въпроса ЗАЩО, всеки се фокусира върху начина, по който гледа на себе си, на професията си, на живота си. Неговата собствена визия за корпоративна култура се пречупва през способността му да влияе на околните по позитивен начин. Да общува със страст!

При провеждането на семинара се използват всички елементи на риторическото общуване – вербални и невербални. Предварително е съобразено мястото на провеждане на срещата, както и възможността да бъдат активирани всичките пет сетива – осезание, обоняние, вкус, зрение и слух. Стремeжът е към оформяне на фиксирано пространство, най-често кръг, което да гарантира ориентация на съдружие. Настаняването на участниците в кръг, както уточнява В. Руменчев, „е внушение на идеята за дискусия и единство, а не за полемичност“ (Руменчев 2006: 592). Избягват се маси или прегради в средата. За да бъде постигнато открито и откровено общуване, от голямо значение е комфортът на хората, които са включени в комуникацията. От друга страна, липсата на прегради улеснява невербалното общуване и всички жестове, реакции, изражения и пози се превръщат в естествено продължение на вербалния израз на личната гледната точка.

Повечето компании се фокусират върху външните си комуникации – общуването с партньори и клиенти. На заден план остава определянето на ценности, формулиране на мисия и на визия на компанията. Работният семинар за повишаване на ефективността на бизнес комуникацията в екипа на компанията канализира потокът на мисълта на участниците. С помощта на ключови въпроси и използването на реторични похвати за насочване към ефективни отговори водещият напипва пулса на екипа, пулса на самата организация. Веднъж намерен, същият се превръща в основа за съставяне на основите на една стабилна корпоративна култура.

БИБЛИОГРАФИЯ

Аламанов 2019: Аламанов Л. Employer Branding – човекът в центъра на комуникациите. – В: *Manager.news*, 02.02.2016, последно посетен 20.11.2019, <<https://bit.ly/2q88JqZ>>.

Александрова 2013: Александрова, Д. *Основи на реториката*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“, 2013.

Андреева 1999: Андреева Л. Социално познание и междуличностно взаимодействие. София: ЛИК, 1999

Боянова 2018: Боянова, Л. Социално-психологически тренинг – обща информация. – В: *Форум на психолог Л. Боянова*, 15.01.2018, последно посетен 20.11.2019, <<https://epsiholog.eu/forum/index.php?topic=329.0>>.

Руменчев 2006: Руменчев, В. *НБК в публичната реч и деловото общуване*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2006.

Синек 2009: Саймън Сайнек: Как великите лидери вдъхновяват за действие: TEDxPuget Sound, последно посетен 20.11.2019, <https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=bg>

Janis 1982: Janis, I. L. *Groupthink: Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascoes*. Boston: Houghton Mifflin, 1982.

Misner 2019: Misner, Iv. How Do You Create Organizational Culture. – В: *Dr. Ivan Misner*, последно посетен 20.11.2019, <<https://ivanmisner.com/create-organizational-culture/>>.

Müller-Stewens 2016: Müller-Stewens & Lechner, *Strategisches Management*, 5 ed. Auflage, 2016.

ORPORATE CULTURE – MISSION, VISION, VALUES

Rhetorical models used in a workshop to increase the effectiveness of business communication within the company team

Nadezhda Vaneva

PhD student Rhetoric Department, Faculty of Philosophy, Sofia University “St. Kliment Ohridski“, Communications Director at 3CON Marketing Agency

Abstract:

Corporate culture is a symbiosis between the mission, vision, and values of a company. This article reveals the rhetorical models used in the implementation of a workshop to improve the effectiveness of business communication within the company team. Increasingly used as a major tool for increasing the popularity of Employer Branding, corporate culture is becoming a prerequisite for sustainable development. It is the basis of corporate communication and uses proven rhetorical techniques to achieve a balanced and successful communication with the organization's internal and external audiences.

Keywords: corporate culture, communication, mission, vision, persuasion, proxemics

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Ванева, Надежда. Корпоративната култура – мисия, визия, ценности – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587.
<<http://medialinguistics.com/2020/01/31/corporate-culture-mission-vision-values/>>

Реторически техники в преговорния процес

Стоянка Балова

Резюме:

Статията анализира основни вербални техники и стратегии в политическите и бизнес преговорите. Като реторическа технология и въздействие са анализирани някои от най-често използваните преговорни техники: „Дяволчето“, „Схрускването“, „Отхапването“. Изведени са аргументативните преимущества на похватите от вида „принципно водене на преговори“, базирани на теорията на Р. Фишер и Б. Юрай. На практическа основа са анализирани и основните поведенчески стереотипи при „мекото“, „твърдото“ и „принципното“ преговаряне, като се стига до конструктивни препоръки по отношение на предварителната подготовка. В заключение е поставен акцент върху възникването на необходимост от внимателна диагностика на ситуацията, определяне на целите на преговарящия, както и оценяване на целите на отсрещната страна.

Ключови думи:

преговори, преговорен процес, реторически техники, стратегия

В най-общ порядък може да се определи, че преговорите са комуникативен процес, в който две или повече страни се стремят да се договорят какво всяка от тях ще даде и получи в процеса на взаимоотношенията между тях.

Терминът „преговори“ произхожда от латинската дума „negotiarī” (Latin Dictionary online), което означава „водя бизнес”. Макар и с древен произход този термин е навлязъл широко в нашето ежедневие: многобройни статии, предавания и информационни бюлетини предоставят информация за провеждането на един или друг вид преговори, като се почне от преговорите на индивидуално ниво (например между работодател и неговите потенциални служители), мине се през фирмено ниво (между отделни фирми – за установяване на стратегически партньорства) и се стигне до преговорите на национално ниво – между отделните държави и организации с наднационален характер.

За да се стигне до процеса на преговори между страните, те трябва да имат различни интереси по повод на проблеми, които взаимно ги засягат. Заедно с това, трябва да има налице и гранична област, в която техните цели съвпадат, позволявайки им да стигнат до решение, дори и с цената на компромис. От реторическа гледна точка може да се каже, че преговорите включват мрежа от комуникативни умения, стратегии и техники за постигане на окончателно споразумение.

По отношение на видовете преговори, най-общо можем да ги определим като такива, които са основани на позиции (позиционни) и преговори, основани на интереси. За първите е характерно, че отстъпките се разглеждат като признак на слабост, другата страна се приема като опонент, а не като партньор. Докато при преговорите основани на интереси наблюдаваме отделяне на личността от проблема, т.е. вниманието се насочва към спорните въпроси, наблюдава се съсредоточаване върху интересите на страните, а не върху техните позиции. При тях също е характерно търсенето на различни варианти, преди да бъде взето самото решение, което се взема с консенсус (Николов 2006: 172–177).

Преговорите могат да протекат по различен начин. Универсална рецепта за поведението на преговарящите не може да бъде посочена. Обобщено би следвало да се спомене, че позитивни са преговорите, които протичат прагматично, когато страните не се окопават в собствените си позиции, а търсят алтернативни възможности и прилагат компромисни варианти.

В настоящата статия ще се базираме на практиката по отношение на преговорите в политическа среда и бизнес преговорите. Ще разгледаме основни техники и стратегии в реторически аспект, които влияят за успешното протичане на преговорния процес.

Политическата сфера е едно от водещите полета, в което преговорният процес заема специално място, като се явява основна форма за изясняване на позиции и достигане до взаимно приемливи решения.

Важно място в политическата реторика се отрежда на дипломатическите преговори. Нели Стефанова ги определя като „най-сложната част от дипломатическата дейност, доколкото са насочени към постигане на политически, икономически, научно-технически, културни или други резултати“ (Стефанова 2017: 218–219). Освен това, Стефанова обобщава, че водещо при международните преговори е осъзнатата необходимост от постигане на консенсус, основен на мирни и взаимноприемливи решения

(пак там). Това обобщение автоматично ни насочва да причислим международните преговори към вида преговори основани на интереси, в които водещ мотив за постигане на резултат е „печеля-печелиш“.

Когато се влиза в преговорен процес, е добре да се познават различните тактически ходове, защото „всеки предварително разкрит тактически ход може да се неутрализира и защото почти за всеки тактически ход си има противодействие“ (Кенеди 2000: 4)

Колин Робинсън дефинира бизнес преговорите като „средства, чрез които човек постига максималното от една определена цел, като използва всякакви стратегии, тактики и техники в рамките на благоприличието, етиката и закона“ (Робинсън 1992: 6).

Дезмънд Макфорън счита, че воденето на бизнес преговорите е процесът, чрез който се постига споразумение между две или повече личности или групи, като при това всяка от страните получава някаква изгода (Макфорън 1992: 8).

В преговорния процес съществена роля за успешния изход от него има предварителната подготовка. Всички професионално преговарящи, било то в социална, търговска, международна, йерархична или организационна сфера, поддържат тезата, че резултатите от преговорите зависят в 50 % от качеството на подготовката. Един от основните проблеми, които възникват по време на преговорите, е това, че параметрите често се видоизменят по време на самия процес. И въпреки това предварителната подготовка е задължително условие, което би подпомогнало постигането на успех. В този етап е от изключително значение да се направи анализ на потребностите и интересите по отношение на обекта на преговаряне, начините и междуличностните отношения. Също така е добре да бъде избран подход на преговаряне, както и да се наблегне на информационното осигуряване.

Вторият етап от преговорния процес е същинското преговаряне. От изключително значение тук е да бъдат установени ясни правила за преговаряне. Гавин Кенеди определя няколко подхода при воденето на преговори, като посочва различни съвети и техники, групирайки ги в отделни разделения.

На първо място следва да разгледаме „хитрите тактически ходове“, които водят началото си от Честър Карас от Центъра за ефективно водене на преговори в Южна Калифорния. Тези техники намират приложение в бизнес преговорите. Три от най-

известните тактики за водене на преговори на Карас са „Дяволчето“, „Схрускването“ и „Отхапването“ (пак там).

Техниката „Дяволчето“ поставя на дискусия достоверността на цената на продавача – чрез нея трябва да се убеди продавачът, че много харесвате неговия продукт, но разполагате със строго ограничен бюджет, така че ако той иска да се стигне до продажба, трябва да намали цената.

„Схрускването“ се основава на подхода, че трябва да предложите нещо по-добро от това. Този ход има смисъл само в краткосрочен план. При „Отхапването“ може да се породи голямо напрежение, ако се прилага твърде често, то е в състояние да нанесе вреди на бизнес отношенията. Купувачите се опитват да „отхапят“ от продавачите, а продавачите от купувачите (пак там, с. 6). Добре е да се внимава с тази техника, тъй като подобно поведение може да се окаже саморазрушително. Прилагащите подобни хитри ходове с течение на времето остават без партньори, с които да преговарят. Възможно е да има разграничителна линия между това да се възползваш най-добре от всяка бизнес сделка и хитрите трикове, но не всички последователи на тези ходове вярват, че тя съществува.

Роджър Фишър и Бил Юрай от Харвардския университет извеждат термина „принципно водене на преговори“. Тяхната книга „Да постигнеш съгласие, без да предаваш“ (1982) е световен бестселър по водене на преговори. В нея се утвърждава определен възглед към преговарянето, който се противопоставя на школата на хитрините и се явява до известна степен противодействие на тях. Този вид преговаряне предполага, че се търси взаимна изгода там, където е възможно, а при възникнал конфликт на интересите се настоява резултатът да се базира на справедливи стандарти. Похватът е приложим в преговорите основани на интереси. В него не се прилагат трикове и пози.

Важно е да се обособят някои от особеностите на принципното водене на преговори. При него от изключително значение е да се отдели човекът от проблема, т.е. не се обсъжда личността, а преговорният процес е съсредоточен към конкретния проблем. Освен това, при прилагане на метода наблюдаваме различни възможности за решение, преди да се вземе конкретното такова. Различните решения могат да бъдат плод на прилагане на техниката „мозъчна атака“, която може да се определи като важна част от всеки ефективен процес на водене на преговори. По отношение на критериите е добре

резултатът да се базира на някакъв обективен стандарт, т.е. да са налице обективни критерии. Похватът намира широко приложение в преговорния процес в политическата сфера.

Нели Стефанова също извежда най-честите вербални стратегии, които обслужват психологичната потребност на участниците за постигане на споразумение. На първо място поставя изграждането на приемлив образ, който стимулира доверието на другата страна. Това се постига чрез използване на ясен и разбираем език, достоверни факти, двустранна аргументация и използване на авторитетни източници (Стефанова 2017: 228). Тук бих добавила, че е от особено значение преговарящите да не използват чуждици или думи с двусмислени значения, в противен случай може да се наложи една от страните да изпадне в ситуация, в която трябва да обясни, какво точно е имала предвид. Това би породило поводи за съмнение и спад в доверието към събеседника.

Стефанова допълва още, че преговарящите е добре да търсят „терен за среща на езиково равнище“ (пак там). Тук се залага на пълната езикова идентификация с опонента. Или иначе казано, да се търси максимално съвпадение на начина по който отсрещната страна вижда обсъждания проблем.

Извън техниките и стратегиите по време на преговорите, за да бъде успешен преговорният процес, е от изключително значение поведението на преговарящите. В литературата се сочат най-общо три поведенчески стереотипа при преговорите – меко и твърдо поведение, и принципно преговаряне.

При мекото поведение целта е да се постигне споразумение, участниците се възприемат като приятели – партньори и са на лице взаимни отстъпки. Освен това, от изключително значение е, че участниците не прикриват своите намерения. Можем да открием често променяне на позициите в процеса на търсене на взаимноприемливо решение.

Твърдото поведение в преговорите е победата на всяка цена, участниците възприемат процеса като битка, в която отсъства доверие към събеседника. Можем да открием дори проява на натиск върху една от страните, както и вербални заплахи. Всичко това се дължи на факта, че при този тип поведение всеки от участниците в преговорния процес държи само на своето решение и не е склонен към каквито и да са отстъпки. При принципното преговаряне основната цел е да се решат въпросите по същество, като

се търси взаимна изгода. Тук можем да отбележим, че преговарящите проявяват твърдост по отношение на същността на разглеждания проблем, а имат меко поведение, когато става въпрос за личността.

Като обобщение, за успешното провеждане на преговорите трябва да се спазват няколко основни правила, свързани с предварителната подготовка. Възниква необходимост от извършване на внимателна диагностика на ситуацията, определяне целите на преговарящия, както и преценка на целите на отсрещната страна. Трябва да се разработи успешна стратегия (стратегии) и да се осигури материалната организация на преговорите. Следва да се допълни, че успешните преговори имат отношение още и към готовността за водене на преговори и желанието за допускане и на компромиси.

Събирането и анализирането на информация за бъдещият опонент е допълнителен и много силен коз при преговорите. Необходимо е да се знаят силните и слабите страни на партньора, за да може по-лесно да се предвидят неговите действия в различните ситуации. Съществуването на обратна връзка е крайно необходимо, особено що се касае за реализиране на успешен бизнес. Нейното подценяване може да доведе до неблагоприятни последици при комуникирането.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Кенеди 2000: Кенеди, Г. Джобен наръчник за водене на преговори. Плевен: The Economist Newspaper Ltd, 2000.

Макфърън 1992: Макфърън, Д. Как да водим преговори. София: Информа, 1992.

Николов 2006: Николов, И. Мениджмънт и комуникация в политиката. Глава 3, София: Фондация „Фридрих Еберт“, 2006.

Робинсън 1992: Робинсън, К. Как да печелим бизнес преговори, Бургас: Делфин прес, 1992.

Стефанова 2017: Стефанова, Н. Политическа реторика. Съвременни тенденции. София: УИ „Св.Климент Охридски“, 2017.

RHETORICAL TECHNIQUES IN THE NEGOTIATION PROCESS

Stoyanka Balova

Chief Assistant, Faculty of Philosophy, Department of Rhetoric, PhD, Sofia University „St. Kliment Ohridski“

Abstract:

This article analyzes basic verbal techniques and strategies in political and business negotiations.

Negotiations can take place differently. A universal recipe for negotiating behavior cannot be stated. In summary, it is worth mentioning that negotiations that are pragmatic when the parties are not digging into their own positions but looking for alternative options and applying compromise options are positive. In order for negotiations to be successful, several basic rules relating to advance preparation must be observed. There is a need to carefully diagnose the situation, determine the negotiator's goals, and assess the goals of the other party.

Keywords: negotiations, negotiation process, rhetorical techniques, strategy

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Балова, Стоянка. Реторически техники в преговорния процес – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически практики]. ISSN 2535-0587.
<<http://medialinguistics.com/2020/01/31/rhetorics-in-negotiations/>>

Исторически и съвременни форми за алтернативно решаване на правни спорове

Михаил Матеев

Резюме:

В статията се прави кратък анализ на характерните особености на утвърдения в континенталната правна система модел на законодателство и държавно правораздаване, с оглед тяхната ефективност при регулирането на обществените отношения и разрешаването на възникналите правни спорове. Прави се съпоставка с историческите и съвременни форми за решаването на правни спорове: църковния християнски религиозен съд, мировото правораздаване и медиацията.

Ключови думи:

държавно правораздаване, християнски църковен съд, мирови съд, медиация, алтернативно решаване на правни спорове, APC.

В основата на държавното правораздаване е заложена презумпцията, че всичко, съответстващо на правните норми е справедливо, правилно и добро за обществото като цяло. Тази концепция за законното, доброто и справедливото е заложена още в античността – Аристотел прави заключенията, че „всички законни неща са по някакъв начин справедливи” (Аристотел 1993: кн. V, гл. I, 12) и „справедливо е това, което е законно” (Аристотел 1993: кн. V, гл. I, 8.). Това разбиране се споделя по-късно от Публий Ювенций Целз в максимата *Ius est ars boni et aequi* и става основополагащо в Юстиниановия *Corpus Iuris Civilis* (D.1.1.1.pr.)[1]. Отделен въпрос е дали думите на Целз следва да се тълкуват като съждение за действителното или желателното състояние на правото, но още I в. сл. Хр. в Рим започва да се утвърждава „*auctoritas iuris*“ (властта на правото) като средство за утвърждаването на реда и държавността (Новкиришка-Стоянова 2016: 22).

За разлика от обичая и морала, нормите на които са изведени от самото общество – на базата на дълготрайната практика и разбиранията на много поколения за добро, правилно и справедливо, правото, издавано от държавата, отразява възгледите за добро и

справедливо не на цялото общество, а само на определени негови кръгове – управленския елит на държавата. Нещо повече, управляващият елит чрез държавата си присвоява правото, в създаването от този елит и издаването от името на държавата законодателство, да определя кое е добро, правилно и справедливо, и да санкционира отклоненията от нормативно предписаното, като използва всичките средства и мощ на държавната принуда, за да накара отделните членове на обществото да приведат своите отношения в съответствие с предвидения в законовата норма модел.

От една страна, този подход има редица предимства – той осигурява на обществото придържането към относително единни стабилни критерии, каквито са правните норми и възможността за поддържане на един устойчив обществен ред и относителен баланс на интересите на различните социални прослойки. Писаното право дава възможности да се унифицира нормативната система в държавно организираното общество, да се регулират оперативно нововъзникващите обществени отношения, да се осигури едно по-ефективно и еднакво изпълнение на нормативните разпоредби на цялата територия на съответната държава и спрямо всички нейни граждани, независимо от тяхната религия и етнически произход и свързаните с това различия във възприетите от тях религиозни и обичайни норми. В хода на хилядолетната еволюция на държавата, като форма на обществена организация, върховенството на закона (писаното право), законността се превръщат в основополагащи функционални принципи на държавата, а държавно организираното правораздаване – в основно средство за поддържането на върховенството на закона и законността.

Преимствата на писаното право и на държавно организираното правораздаване обаче не следва да бъдат надценявани, не следва да бъдат оставяни без внимание редицата съществени недостатъци на системата на законодателно нормативно регулиране. Справедливият закон и съд по скоро се оказват романтични свръхочаквания на обществото, мислителите и политиците от епохата на буржоазните революции. Въодушевени от идеите на Просвещението, европейските държави се надпреварват в създаване на нови и образцови закони, които да станат основа на новите демократични държави. Повсеместно се реципира преоткритото Римско частно право, създават се внушителни граждански, наказателни, търговски и процесуални кодификации, които се имплементират в различни държави по света, било с някакви модификации, било в

буквален превод. Но твърде скоро практиката показва, че и новосъздадените закони и съдилища не успяват да станат панацея за обществените конфликти и да осигурят общо съгласие, стабилност и устойчивост в обществото. Дори и в демократично устроените държави, правотворчеството, правоприлагането и правораздаването не успяват да създадат в мнозинството от хората усещане за справедливост и правилност на установения правен ред, и не могат да разрешат множество възникващи социални проблеми. Достатъчно е да се посочи високата степен на недоверие към съдилищата у нас, независимо от това дали те са „царски“, „социалистически“ или „демократични“, общественото отношение към реституцията и приватизацията в България след 1991 г., които се възприемат като несправедливи и неправилни от голяма част от българите, независимо от формалната им законност като цяло.

Независимо от степента на убедителност на идеологическата обосновка на тезата, че законът е израз на общото съгласие на гражданите в името на общото развитие и благоденствие, независимо от степента на реалното участие на народа в управлението на държавата чрез формите на пряката или представителна демокрация, нормата на писаното право е резултат на субективни опит, концепции, убеждения, интереси и предположения на един доста ограничен кръг от лица и кабинетно моделиране на обществените отношения. Нормите на създадените по този начин закони и приложението им в практиката твърде често не издържат на проверката на времето и се налагат последващи изменения, допълнения, отмяна и въвеждане на нови нормативни разпоредби. Това създава предпоставки не само за нарушаване на стабилността на нормативната система на обществото, но което е по-същественото, разединява обществото, създава усещане за несправедливост и неправилност на закона в определени, понякога значителни части на обществото. За разлика от нормите на обичая, нормите на писаното право не са и не могат да бъдат възприемани от хората като общоприети и подлежащи на безапелационно изпълнение. Съвсем неизбежно се насърчава стремежа към уклонение от предписанията на закона – било чрез субективното му тълкуване и практическо приспособяване към установените в обществото обичаи, морал и ценности, било чрез явното неизпълнение и нарушение на нормативните разпоредби. От своя страна, това води до увеличаване на числото на споровете и конфликтите между отделните граждани, при което все по-често

те започват да търсят съдействието на правоприлагащите и правораздавателни органи на държавата.

Последователно установяваният монопол на държавата върху правораздаването също има своите негативни страни, особено в континенталните европейски правни и съдебни системи, при които съдът е задължен стриктно да следва разпоредбите на закона, дори и в случаите, когато приложението му в конкретния казус ще доведе до едно явно неправилно и несправедливо решение. За разлика от съдилищата на общото право (Великобритания, САЩ и др.), които са имали и все още имат възможността да постановят прецедентно решение, с което да коригират несъответствието на действащата правна норма в конкретния случай и дори да признаят за неконституционен определен закон или отделни негови разпоредби[2], съдилищата в континентална Европа, включително и у нас, са били задължени да прилагат разпоредбите на закона, дори и да стигнат до убеждението, че те са в противоречие с общоприетите правни принципи, справедливостта и здравата житейска логика[3]. Те имат единствено правомощието да тълкуват разпоредбите на законите, което дава една твърде ограничена негласна възможност за избягване на явно несправедливи, съответстващи на закона но неправилни по съществото си съдебни актове.

Любимата на континенталния юрист римската максима *Dura lex sed lex* се е превърнала в универсално оправдание за всякакви законодателни недомислици и явно грешни решения, които въпреки това следва да се имплементират в обществения живот. Същевременно се пренебрегва една друга римска максима – *Summum ius summa iniuria*, която обръща внимание на опасностите от буквалното и формално прилагане на закона и необходимостта от интерпретирането му с оглед целите на законодателя и различните конкретни ситуации в които следва да се прилагат нормите на закона, както и необходимостта в правната и съдебна система да съществуват „официални пътища, по които това, което днеска бихме нарекли ценности на справедливостта“ на практика да бъде въвеждано в правото (Кели 1998: 48).

Своеобразен правно-исторически парадокс представлява това, че съвременната Континентална европейска правна система (Романо-Германската), започнала да се формира през късното Средновековие и Новото време, въпреки че последователно и *in complexu* реципира принципите, логическите конструкции и правните институти на

Римското частно право, пропуска да възприеме техниката на нормотворчество и правоприлагане на римляните, и по-конкретно възможността на съдебния магистрат да коригира нормата на закона, а при необходимост и практически да я обезсилва, без формално да я отменя, в случаите, когато приложението на определена законова норма в конкретния казус би довела до очевидно несправедливо и неправилно съдебно решение[4].

Нещо повече – континенталната европейска правна система се отказва и не развива основополагащите за съвременната европейска цивилизация християнски концепции за осигуряване на хармония в обществото и в частност от модела на Църковния съд. Възможно причината за това е в столетната борба за надмощие между светската и духовната власт, между кралете и папите, императорите и патриарсите, която довежда до противопоставяне и на светския и църковния съд, при което основното внимание започва да се обръща на несъвършенствата и архаичността на процесуалните форми на църковния съд, като, съзнателно или не, се пренебрегват редица рационални елементи в него. Буржоазните и социалистическите революции провъзгласяват с ентузиазъм „отделянето на Църквата от държавата“, с което ознаменуват окончателната победа на светската над духовната власт. В представите на победилото „гражданско общество“ църковното правораздаване се обявява за ирационално и започва да се асоциира единствено с примитивните доказателствени средства от типа на ордалиите (Божия съд) или жестоките инквизиционни мъчения с цел получаване на самопризнание на обвиняемите. Дълбокият смисъл на църковният съд и редицата негови съвсем рационални елементи остават предмет на познание само на един твърде тесен кръг от теолози. Християнските идеали на божие царство, всеобщата любов и хармония между Бога, природата и човека се изместват от хуманизма, свръхценността на индивида и непрекъснатата борба за неговите права.

Основите на християнското правосъдие и църковния съд са заложили в Учението на Спасителя и Апостолите и записани в Свещеното писание на Новия завет. Евангелското учение за всеопрощаващата любов не само към братята християни и ближните, но и към враговете дори задължава християнина да опрощава причинената му обида[5], ако някой удари плесница по дясната му страна – да обърне и другата, ако някой поиска да се съди с него, за да му вземе ризата – да му даде и горната си дреха[6].

Същевременно опрощението на обидата не означава извършеният грях да не бъде изобличен и осъден: „Ако съгреши против тебе брат ти, иди и го изобличи насаме; ако те послуша спечелил си брата си. Ако не послуша, вземи със себе си още одного или двама, та с устата на двама или трима свидетели да се потвърди всяка дума. Ако ли пък не послуша тях, обади на църквата. Но, ако и църквата не послуша, нека ти бъде като езичник и митар“[7]. Но това изобличение на обидата не цели някакво отмъщение или възмездие, то има преди всичко за цел да предизвика разкаянието на извършилия към брата си грях и след опрощението от страна на пострадалия, да се възстанови братското общение. В своето Първо послание до Коринтяните, апостол Павел ги упреква „Твърде срамотно е за вас вече това, че имате съдби помежду си; защо по-добре не си останете обидени? Защо по-добре не претърпите щета? Но вие сами обиждате и ощетявате, и то братя“. „Смее ли някой от вас, кога има тъжба с друго, да се съди пред нечестивците, а не пред светиите? ...За ваш срам казвам: тъй ли няма помежду ни ни един мъдър, който да отсъжда между братята си. А Брат с брата се съди, и то пред неверници!“[8]. “С тези думи св. Ап. Павел наставлява християните, в случаите когато не могат да решат възникналия между тях спор с помирение да прибегват не до държавните съдилища, а до един посреднически съд, като изберат за свой съдия един честен и разумен човек измежду общността на вярващите (Заозерски 1878: 27). Когато посвещава Тимотей в епископски сан, св. Ап. Павел му предоставя част от Божествената власт – правото да провежда Църковен съд над извършилите грех[9]. Това е така нареченият епископски съд, който в зависимост от предмета на разглежданото дело може да бъде едноличен (от епископа на съответната епархия) или съборен (от епископите на няколко епархии).

Като следва заветите на Спасителя, Християнската църква създава нова концепция за съда, в която се прави акцент не на външната принуда спрямо допусналия нарушение, а на насърчаването на вътрешното осъзнаване на грешността на собственото поведение. Каноническото право въвежда едно специфично деление на съда, непознато за другите религиозни и светски нормативни системи – това е делението на вътрешен съд (*forum internum*) и външен съд (*forum externum*). Основание и опора на вътрешният съд са нормите на християнската нравственост, дадени на човека от Бога чрез Евангелския закон. Със своето учение и тайнства християнската църква възпитава, коригира и просветлява съзнанието на вярващия при решаването на същностните нравствени проблеми (Заозерски

1878: 3). Този вътрешен съд е съд на съвестта, състои се в осъзнаването, признаването и разкаянието за извършения грях, извършено било лично пред пострадалия, било пред събратята от религиозната общност, било пред свещеника чрез християнското тайнство „покаяние“ (изповед). При него няма нужда от обвинители, сложни и формални процедури и доказателства. В ролята на обвинител е собствената съвест на извършилия греха, а свещеникът, който приема изповедта, играе ролята на свидетел на разкаянието, помощник на съвестта на каещия се и ходатай пред Бога, който единствен има властта да отсъди. Вътрешният съд принципно се различава от външния съд, при който нарушителят е поставен в позицията на обвиняем, в който се задейства инстинкта на самосъхранение и защита срещу външно враждебно спрямо него нападение на неговите обвинители, на обвиняем който склонява да признае деянието си, едва когато всички доказателства успеят да сломят вътрешното му съпротивление, обвиняем, който дори и най-справедливата присъда възприема като едно загубено състезание с неблагоприятни последици за неговото бъдеще. Чрез вътрешния съд конфликтната ситуация се разрешава в много по-голяма дълбочина, защото чрез него се изчистват не само обидата и упреците на оскърбените събратя и общността, но и вътрешните душевни терзания, които са присъщи не само на християнина, но и на всяко разумно човешко същество. Последица на разкаянието е опрощението, което ще бъде получено от пострадалия, християнската общност и Бога, възвръщането на братската любов и хармонията с общността. Дори и когато изповяданият грях е достатъчно тежък, за да бъде наложена на прегрешилия епитемия, църковната санкция няма характера на наказанието на външния съд, целящо възмездие и принуда, а съставлява средство за морално пречистване, което подлежи на доброволно изпълнение с цел постигане на моралното изкупление на греха.

Немаловажен рационален аспект на вътрешния църковен съд е неговата перманентност – той е постоянно задължение на християнина, който трябва да се изпълнява периодично и редовно, а не само в случаите на достатъчно остър конфликт или разкрито съществено нарушение на закона, даващи достатъчна мотивация на пострадалия и на обществото да повдигат и поддържат обвинението в един съдебен процес с висока материална и морална цена. Чрез него се реализира много по-ефективен превантивен ефект, като се създават предпоставки за недопускането на натрупване на грешки и формирането и затвърждаването на престъпно поведение.

Външният църковен съд в голяма степен наподобява познатия ни светски държавен съд. Подобно на последния в него също се разграничават като участници в съдопроизводството съдебен състав, обвиняем, обвинител, свидетели, следват се установени процесуални форми, използват се определени доказателства и доказателствени средства, установява се фактическата обстановка, прави се правната квалификация и се постановява прилагането на нормативно определените последици. Само че, за разлика от светския съд, външният църковен съд представлява не основно, а субсидиарно средство за разрешаване на конфликта – той се провежда само тогава, когато, по една или друга причина, братският вътрешен съд не постигне резултат (извършителят на прегрешението нито направи доброволно покаяние на изповед, нито се разкае след направеното насаме или в присъствието на свидетели изобличение от оскърбения, нито прибегне до посреднически съд). Но дори и да се стигне до провеждането на епископски и съборен съд, отново християнското Учение повелява преди разглеждане на делото съдът трикратно да увещава подсъдимия с цел да го подбуди към доброволно разкаяние и признаване на извършения грях[10].

Приоритетът на разкаянието, опрощението и примирението в църковния съд се запазва в каноническото право и до ден днешен, независимо от внесените в него изменения и допълнения и конфесионални различия[11].

Сред множеството преобразования, последвали Френската буржоазна революция от 1789 г, следва да се отбележи обаче едно друго нововъведение в съдебната система и правораздаването, а именно институтът на мировия съдия и мировото правораздаване. В съпоставка с църковният съд се вижда, че той до голяма степен възприема основните принципи на последния, но смятаме, че това не е резултат на някаква осъзната рецепция.

Историческите факти ни дават основание да предполагаме, че появата на този институт е също така до голяма степен спонтанна реализация на революционни идеи, възникнали в резултат на противопоставянето на старите църковни и феодални съдилища. В частност: повечето френски историци на правото свързват идеята за мировото правораздаване във Франция с името на Волтер, който в едно свое писмо от 4 декември 1739 г. пише следното:

„Най-добрият закон, най-добрата практика, най-полезното нещо, което някога съм виждал, е в Холандия. Когато двама души искат да се съдят един друг, те са длъжни първо да се

обърнат към трибунала на помирителите, наричани миротворци. Ако страните пристигнат с адвокат и пълномощник, на първо място последните се отстраняват, също както се изваждат дървата от огъня, който бихме искали да загасим. Миротворците казват на страните: би трябвало да сте прекалено луди, за да искате да си профукате парите, за да направите взаимно нещастни; ние ще ви уредим спора, без това да ви струва нищо.

Ако стремежът да спорят е твърде силен в тези страни, те се поканват за друг ден, така че времето да смекчи симптомите на тяхното заболяване. След това съдиите ги отправят за втори, трети път. Ако тяхната лудост е неизлечима, чак тогава им позволяват да си предявят исковете, подобно на това, както се предоставят поразените от гангрена крайници на инструментите на хирурга: тогава правосъдието получава плячката си.

Не е необходимо тук да се прибегва до дълги славословия, нито да се изчислява печалбата за човечеството, ако този закон би бил приет“ (Волтер 1879: 127-128).

След френската революция от 1789 г. идеята за създаване на мирови съд и мирово правораздаване е подета и в крайна сметка реализирана на практика от Жак-Гийом Туре[12]. Когато се обсъжда проектът на закона, с който да се осъществи съдебната реформа (Закона от 16 и 24 август 1790г.), Туре мотивира създаването на института на мировите съдии с наличието на подобен съд при „много народи“, като се има предвид основно мировите съдии в Англия и мирителите в Холандия, както и необходимостта да бъде създаден за селското население „бърз, лесен, така да се каже домашен“ съд, който ще освободи от „разорителната процедура“, „гражданите, които дълго са били жертва на практикуващите юристи“, и „няма да изисква друг закон, освен предписанията на здравия разум“. Според Туре, в резултат на „благотворното въздействие“ на новата Конституция, която предстои да бъде приета „земеделието ще стане престижна дейност и животът на село по-предпочитан“, а селата ще станат обитавани от „хора с достойнства във всички отношения“, на които следва да се довери изпълнението на длъжността мирови съдия[13]. Мирови съдия следва да може да стане всеки жител на съответната териториална общност, стига да притежава необходимите морални качества и доверието на своите съграждани, които ще го избират. Функционалната характеристика на мировия съдия е описана от Туре твърде в общи линии – че процедурата трябва да бъде бърза, неформализирана, безплатна, но същевременно той отбелязва едно важно концептуално положение: „Тези съдии ще наподобяват гражданите, които днес решават спорове в

качеството на арбитри... но, ако мировите съдии биха били само едни посредници, те биха станали твърде скоро безполезни: всичките им усилия не биха могли да възпрат спорешите... затова Комисията ще ви предложи да заложим в тях **двойно качество – на посредници и на съдии**“[14].

Законът за съдоустройството от 16 и 24 август 1790 г. въвежда за пръв път института на мировия съдия не само в съдебната система на Франция, но и на континентална Европа. При това посветените на този институт 12 законови текста далеч не възпроизвеждат дори и твърде общата концепция на Туре (8 члена са посветени на избора на мирови съдии и 4 на родовата подсъдност и реда за обжалване на решенията).

Френският мирови съд се утвърждава и придобива международна известност не толкова чрез законодателството, а от практиката на корпуса на мировите съдии към средата на XIX в., демонстрираща впечатляващи резултати при примирението на страните и решаването на споровете по неправораздавателен път. Това мотивира повечето западноевропейски държави да въведат подобни институции и в своите съдебни системи.

Със съдебните устави от времето на император Александър II в Руската империя е введен мирови съд, който функционира от 1864 до 1917 г., но руският модел на мирово правораздаване не копира френския модел, а представлява едно самобитно, дълбоко обмислено и значително по-усъвършенствано решение в законодателен, структурен и функционален план.

През 1880 г. в първия след Освобождението ни Закон за устройство на съдилищата[15] в България също се въвеждат мирови съдилища. В голямата си част е реципирано руското законодателство, но са направени някои съществени промени в организацията и дейността на българския мирови съд, които довеждат до неговата практическа нежизнеспособност и невъзможност да изпълнява основната си функция на помирителна институция.

Макар и съществено различаващи се от континенталноевропейските мирови съдилища по своето историческо формиране, компетенции и функционални характеристики, в държавите на общото право (Обединеното Кралство, САЩ, Австралия, Канада и др.) и до днес успешно функционират мирови и магистратски съдилища. Успехът на различните световни системи на мирово правораздаване се дължи до голяма степен на възможността им да създадат и утвърдят собствена „помирительна практика“ и

специфични професионални учения за разрешаване на спорове чрез помирение на страните.

Мировото правораздаване, обаче се сблъсква с противодействието и негативното отношение на съдиите от общите съдилища, адвокатите и професионалните юристи. Те обвиняват мировото правораздаване в неправосъдност и произвол, отклонение от стриктните правила на процесуалните закони, нарушението и на материалния закон. В действителност зад множеството добре теоретизирани доводи обаче се крие субективният интерес – мировият съд е опасен и успешен конкурент, който отнема голяма част от работата на съдебните магистрати, адвокатите и професионалните юристи. С постигането на помирение на страните пред непрофесионалния мирови съдия[16] отпада необходимостта от следването на сложни процесуални форми, апелационно и касационно обжалване. В крайна сметка юридическото лоби побеждава – макар и по различни причини и мотиви мировото правораздаване е отменено през 1917 г. – в Русия, 1934 г. – в България и през 1958 г. дори в родината на континенталния мирови съд – Франция. Утвърждава се една унифицирана система на съдоустройство и съдопроизводство, осъществявано от професионални съдии по предписаните в процесуалните закони строги форми. Същевременно, идеята за решаване на споровете чрез помирение на страните не е изоставена изцяло. Помирението е запазено като факултативна възможност за решаване на спора чрез постигане на съдебна спогодба. Ролята на съда за примиряването на страните се ограничава до това да прикани страните да се спогодят и да им разясни правните последици и да утвърди евентуално постигнатата спогодба, която ще има силата на съдебно решение[17]. De iure отпада задължението на съда да предприема други действия, освен посочените, и е въпрос на лична преценка на самия съдия дали да убеждава по някакъв начин страните да се спогодят или, стриктно спазвайки принципа на състезателното начало, да сведе цялото примирително производство до едно изречение в съдебния протокол: „Съдът прикани страните към спогодба и им разясни правните последици от постигането на такава“.

Този подход бързо показва своята неефективност – въпреки непрекъснато увеличаващият се щат на съдии, брой адвокати, нарастващите съдебни разноски за съдопроизводството, правораздаването не става по-ефективно, количеството на правните спорове нараства, а страните все по-малко възприемат съда като справедлив.

Точно 20 години след като се премахва мировото правораздаване, през 1978 г. във Франция се учредява института на т.нар. Conciliateur de justice (Правосъден посредник)[18], който до голяма степен прилича на мировия съдия, но притежава само функцията на помирител между спорещите страни, без правото да правораздава при непостигането на споразумение. Правосъдният посредник не е структурно звено в съдебната система, а външна за съда институция, макар да се изисква той да притежава известна юридическа и специализирана квалификация. Може да бъде сезиран било по инициатива на една от страните (още преди на наличието на съдебен спор между тях) или по инициатива на съда при висящо дело между страните, когато съдът намери това за уместно. През 1995 г. френският законодател въвежда официално и понятието *медиация*, която е регламентирана в титул II, глава I, членове 21 и 22 от Закона от 8 февруари 1995 г. относно устройството на съдилищата и гражданското, наказателното и административното съдопроизводство[19]. Подобно на помирителното производство при Правосъдните посредници, също и медиацията е предвидено да бъде иницирана по искане на една от страните (*conventionnelle*) или по делегация от съда (*déléguée par le juge*). Медиацията, като начин за алтернативно решаване на спорове, бързо става популярна и в периода 1997 – 2008 г. голяма част от държавите-членки на Европейския съюз я въвеждат в своето законодателство, включително и България – с приетия през 2004 г. Закон за медиацията[20].

През 2008 г. медиацията при трансгранични спорове е закрепена и в европейското право с Директива 2008/52/ЕО[21]. Тя се разглежда, като средство за „икономично и бързо извънсъдебно разрешаване на спорове по гражданско-правни и търговско-правни въпроси посредством процедури, пригодени за нуждите на страните“ имащо за цел „да се осигури по-добър достъп до правосъдие като част от политиката на Европейския съюз за създаване на пространство на свобода, сигурност и правосъдие“.

Понастоящем Директива 2008/52/ЕО е транспонирана във националното законодателство на всички 28 държави-членки, които към настоящия момент вече са уредили в законодателството си не само медиацията, като алтернативен начин за решаване на трансгранични спорове, но и като алтернативен начин за решаване на спорове между местни лица.

Навсякъде медиаторите и организациите предоставящи услуги по медиация са извън структурата на съдебната власт[22]. Медиаторите са частни лица, които имат право да учредяват свои сдружения за предоставяне на услуги по медиация. Законодателството поставя определени изисквания към квалификацията им – напр. съгласно българският закон за медиацията – единствено да са завършили успешно курс на обучение за медиатор[23], а в Австрия, за вписване в регистъра на медиаторите е необходимо успешно полагане на теоретически и практически изпит пред Министерството на правосъдието (Де Паоло 2014: 19).

Самата процедура на медиацията е доброволна (с изключение на Италия, която въвежда задължителна предварителна медиация), която може да бъде проведена по инициатива на страните или по делегация от съда.

При характеристиката на съвременната медиация, като нейно достойнство особено се подчертава поверителността на процедурата (за разлика от публичността на съдебния процес), както и това, че „медиаторът приема да води процедурата, само ако може да гарантира своята независимост, безпристрастност и неутралитет“ (Попова 2017: 15). За разлика от помирителното производство (при мировия съдия), който „настойчиво им подсказва решението...с оглед на правото и морала“, „изслушва страните и им предлага определено решение“, медиацията „е структуриран процес, който гарантира, възстановява качеството на взаимовръзката, за да позволи разрешаването на спора от и за самите страни. Медиаторът е извън всякакви правни, морални или културни влияния“ (Девини 2017: 2).

По наше мнение, тези характеристики на медиацията имат предимно абстрактно-теоретично значение. В практиката, макар и съдебните заседания да са публични, обичайно на тях присъстват страните и/или техните процесуални представители, в някои случаи и няколко други лица, които изчакват своя ред като страни по следващите в графика на съда дела, и нито се интересуват от същината на спора, нито познават спорещите, нито по какъвто и да е начин оказват психологическо въздействие на страните. Тази формална публичност едва ли би могла да се противопостави на поверителността на медиацията. Също така и неутралитета на медиатора и неговата отстраненост от всякакви правни, морални или културни влияния са твърде условни и зависят от професионалните умения и прилаганите психологически техники на конкретните лица.

Друга, не особено изтъквана особеност на съвременната европейска медиация е, че тя представлява една платена услуга. Страните, желаещи да отнесат спора си към медиатор са длъжни да заплатят такси за медиацията, които се определят от медиаторите или от техните сдружения. Приходите от такси за медиация са основен източник за финансиране на дейността на медиаторите и техните сдружения. В това отношение медиацията съществено се различава от мировото правораздаване, което в част от държавите е било безплатно за страните, а в друга част в пъти по-евтино от съдебното решаване на спора. Авторите на изследването „Презареждане“ на Директивата за медиацията: оценка на ограниченото въздействие на нейното прилагане и предлагане на мерки за увеличаване на броя на медиациите в ЕС“ утвърждават, че медиацията дава възможност на страните да икономисат около 60 % от разноските, необходими за решаването на спора им по съдебен ред, като аргументират заключението си със конкретни данни за отделните европейски държави, систематизирани в следната таблица (Де Паоло 2014: 126):

СРАВНИТЕЛНА ТАБЛИЦА НА СРЕДНИЯ РАЗМЕР НА РАЗНОСКИТЕ В ЕВРО ЗА РЕШАВАНЕ НА СПОРОВЕ ОТ СЪДИЛИЩАТА И ЧРЕЗ МЕДИАЦИЯ

	Съдебни и разноски	Разноски за медиация	Адвокатски разноски при съдопроизв.	Адвокатски разноски при медиация	Общо съдебни разноски	Общо разноски за медиация
Австрия	2.978 €	5.000 €	9.863 €	5.000 €	13.095 €	10.000 €
Белгия	3.818 €	1.812 €	6.733 €	1.667 €	12.286 €	3.478 €
България	553 €	120 €	985 €	300 €	2.345 €	420 €
Великобритания	1.477 €	1.306 €	11.931 €	1.518 €	14.101 €	2.824 €

	Съдебни и разноски	Разноски за медиация	Адвокатски разноски при съдопроизв.	Адвокатски разноски при медиация	Общо съдебни разноски	Общо разноски за медиация
Германия	3.571 €	3.167 €	4.352 €	2.583 €	9.510 €	5.750 €
Гърция	1.016 €	2.377 €	3.764 €	1.260 €	5.420 €	3.637 €
Дания	2.997 €	3.500 €	4.541 €	3.000 €	21.159 €	6.500 €
Естония	2.811 €	2.833 €	2.057 €	2.867 €	5.097 €	5.700 €
Ирландия	1.334 €	750	10.907 €	500	15.606 €	1.250 €
Испания	2.097 €	700	5.918 €	1.133 €	8.015 €	1.833 €
Италия	1.541 €	1.231 €	11.582 €	1.847 €	15.885 €	3.078 €
Кипър	1.200 €	1.300 €	3.990 €	900	7.535 €	2.200 €
Латвия	1.190 €	2.500 €	2.656 €	1.500 €	4.290 €	4.000 €
Литва	1.108 €	290	1.588 €	844	4.358 €	1.134 €
Люксембург	2.232 €	2.000 €	8.048 €	3.000 €	11.338 €	5.000 €
Малта	949 €	300 €	9.992 €	2.500 €	11.352 €	2.800 €
Полша	938 €	1.200 €	938 €	1.250 €	2.252 €	2.450 €

	Съдебни и разноски	Разноски за медиация	Адвокатски разноски при съдопроизв.	Адвокатски разноски при медиация	Общо съдебни разноски	Общо разноски за медиация
Португалия	575 €	1.375 €	3.400 €	3.750 €	4.138 €	5.125 €
Румъния	1.332 €	397€	916 €	899 €	3.438 €	1.296 €
Словакия	548 €	688 €	1.278 €	1.232 €	2.738 €	1.920 €
Словения	1.243 €	900 €	2.712 €	525 €	4.513 €	1.425 €
Средно	1.754 €	1.534 €	5.761 €	1.837 €	9.179 €	3.371 €
Унгария	1.531 €	800 €	957 €	400 €	2.871 €	1.200 €
Финландия	2.228 €	200 €	7.281 €	800 €	9.655 €	1.000 €
Франция	1.722 €	1.230 €	6.825 €	1.888 €	11.099 €	3.118 €
Холандия	3.739 €	2.000 €	10.245 €	3.150 €	17.873 €	5.150 €
Хърватска	542 €	367 €	1.791 €	933 €	2.874 €	1.300 €
Чешка	1.365 €	1.000 €	3.643 €	2.000 €	9.185 €	3.000 €

	Съдебни и разноски	Разноски за медиация	Адвокатски разноски при съдопроизв.	Адвокатски разноски при медиация	Общо съдебни разноски	Общо разноски за медиация
Швеция	2.481 €	3.600 €	22.413 €	4.200 €	24.974 €	7.800 €

При един по-задълбочен анализ на приведените данни се вижда, че това „положително салдо“ за медиацията се получава основно от съществената разлика в адвокатските възнаграждения (над 3 пъти по-ниски), които се заплащат при едното и другото производство (Колони С и D).

Нещо повече, при съпоставката на разноските без адвокатски възнаграждения се вижда, че в 10 от общо 28 държави-членки на ЕС разноските за медиация са по-високи от разноските за съдебно производство, като във Австрия, Белгия, Гърция, Латвия, Португалия и Швеция медиацията струва с 0,5 до 2,4 пъти по-скъпо на страните от съдопроизводството. Само в 6 държави – България, Испания, Литва, Малта, Румъния, Финландия, разноските за медиация са значително (2 пъти и повече) по-ниски от разноските за съдопроизводство. Данните са средните разноски на всичките 28 държави-членки на ЕС недвусмислено показват, че в медиацията е само с десетина процента по-евтина от съдебното правораздаване (1534 към 1754 евро).

Направеното от нас през януари 2019 г. проучване на тарифите на произволни 10 български центъра за медиация показва, че медиацията на правен спор с материален интерес от 5000 лв. и провеждане на две или повече заседания с обща продължителност 4 часа ще струва на страните минимално от порядъка на 250–350 лв., а при 3 от десетте организации на медиаторите минимума е от 600 до 1280 лв. Получената от нас информация систематизирахме в табличен вид, както следва:

ТАРИФИ на медиаторите за спор с материален интерес от 5000 лв. и провеждане на две или повече заседания с обща продължителност 4 часа.

№	Публикувана тарифа на[24]:	Начална (регистрационна) такса	Такса на час	Допълнителни такси (за споразумение, преписи и др.)	Общо за медиация с продължит. от 4 часа и постигане на споразумение
1	pamb.info	50 лв.	50 – 80 лв.	Депозит за разноски	250-370 лв.
2	bambg.bg	50 – 80 лв.	50 – 80 лв.		250- 400 лв.
3	ivesta-bg.com	50	65	20 лв. за преписи	310 – 330 лв.
4	bgmediation.com	50	40 – 80 лв.	Авансово заплащане на 5 часа медиация	250 – 450 лв.
5	conflict.bg		320		1280 лв.
6	mediation-net.eu	60 евро	60 – 80 евро		600 – 760 лв.
7	itera-bg.com	75 лв.	40 – 80 лв.	Авансово заплащане на 5 часа медиация	275 – 475 лв.

8	adr.bg	70 лв.	90 (над 8 часа)	Мин. 8 часа – такса 500 лева + 1.5% от материалния интерес	645 лв
9	sporazumenia.com	50 лв.	60 лв. (мин. 3 часа)	За изготвяне на споразумение – договаря се	Над 290 лв.
10	notaric.net		60 – 80 лв.	30 лв. за покани + 50 лв. за изготвяне на Споразумение	320 – 400 лв.

Сравнението с дължимата понастоящем за разглеждането по съдебен ред на граждански иск с цена от 5000 лв. Държавна такса в размер на 200 лв. (4 на сто върху цената на иска, но не по-малко от 50 лв)[25] показва очевидно, че медиацията не е особено привлекателна от икономическа гледна точка за страните, дори и в твърде редките случаи, когато те са решили да прибегнат до този начин за решаване на спорове, преди да търсят съдействието на съда. Следва да се отбележи, че в практиката най-често се прибегва до медиация в случаите, когато вече е образувано производството пред съд и са внесени дължимите държавни такси. Дори и в най-благоприятния случай, когато медиацията завърши успешно със споразумение на страните, и то бъде признато от съда, на връщане подлежи само половината от платената държавна такса[26]. А в случаите, когато в резултат на медиацията не бъде постигнато споразумение, всички направени за нея разноски съставляват чиста загуба на средства, усилия и време за страните.

При непостигането на споразумение не-само финансовите разходи, но и доказателствената стойност на извършените по времето на медиацията действия и установени факти съществено различават медиацията и мировото правораздаване и пряко се отразяват на тяхната ефективност. При мировото не се изисква никакви допълнителни разноски за страните и не се стига до загуба на процесуално време. Още в хода на

предварителното помирително производство мировият съдия и страните съвместно са изяснили насрещните претенции и твърдения, приключила е фактичката обстановка по спора, надлежно са събрани и проверени относимите по делото доказателства. Именно наличието или липсата на съответстващи на твърденията доказателства е най-мощният мотивиращ фактор за страните да търсят компромисно решение на съществуващия между тях спор, особено в случаите, когато едната или и двете страни са склонни към непочтеност и недобросъвестност. В това отношение „отстраненият от правото“ и неутрален медиатор е безпомощен – той нито има правото, нито средствата, нито компетентността да извършва събиране и проверка на доказателства, дори и в случаите, когато страните представят такива, и само може да модерира безкрайните спорове на страните дали представеното писмено доказателство е валидно, неистинско, подправено и пр., дали сочените свидетели са правдиви или лъжесвидетелстват. Практически безсмислено и неприложимо за медиатора е такова процесуално действие като огледът на място, който мировият съдия и страните да извършат незабавно, а резултатите му да бъдат документиран и да получат доказателствена стойност. За самите страни в медиацията е неизгодно да разкриват докрай доказателствата си, защото, при евентуално неуспешна медиация, биха улеснили противната страна в последващия съдебен процес.

В мировото правораздаване страните са мотивирани от самото начало на процеса да искат и представят всички възможни доказателства, защото, ако проведеното предварително помирително производство се окаже неуспешно и страните не постигнат споразумение, мировият съдия може незабавно да влезне в ролята си на съд и да пристъпи към постановяване на решение. Основната процесуална работа вече е свършена в хода на самото помирително производство – събрани са и са проверени доказателствата, страните са направили всички свои доводи и възражения. Остава само да се направи правната квалификация и да се запише диспозитива на решението. Процесуалната икономия е очевидна – няма нужда от препращане на делото, насрочване на заседания и последващо провеждане на цялото първоинстанционно производство. Мировото правораздаване е по-оптимално не само от финансовата си страна, но и от гледна точка на бързината на решаването на спора.

Посочените недостатъци на медиацията са вероятната причина за това, че въпреки усилената ѝ пропаганда и всевъзможни мерки за насърчаване, същата не успява да се

утвърди като ефективно алтернативно средство за решаване на спорове. В заключителната част на обзорното изследване „Презареждане“ на Директивата за медиацията: оценка на ограниченото въздействие на нейното прилагане и предлагане на мерки за увеличаване на броя на медиациите в ЕС“ от 2014 г. с прискърбие се потвърждава фактът, че споровете, по които е била проведена медиация съставляват средно по-малко от 1 % от всичките спорове предадени за разглеждане на съдилищата в ЕС (Де Паоло 2014: 162). В 14 от 28-те държави-членки на ЕС годишният брой от проведени медиации е под 500, а пионерът на европейската медиация – Франция, след 40 години усилено промотиране може да отчете едва между 2000 и 5000 медиации годишно (Де Паоло 2014: 127-128).

Не по-радостно е положението и в България 15 години след въвеждането на медиацията. Обобщена и детайлна статистика не е достъпна, и вероятно неслучайно. Но от фрагментарните достъпни официални данни бихме могли да цитираме следните:

За периода 04.01.2017 г – 27.09.2017 г., Центърът за спогодби и медиация при Софийски районен съд и Софийски градски съд (ЦСМ) е насрочил общо 123 заседания по 82 дела, което е видно от единствения достъпен график на заседанията на ЦСМ [27]. Колко от тези 82 процедури по медиация са завършили със споразумения – няма данни. След септември 2017 г. и до настоящия момент в графика на ЦСМ на официалния сайт на СРС няма внесено нито едно заседание[28]. В Единния Регистър на Медиаторите на Министерството на правосъдието към 25.01.2019 г. са вписани общо 2223 лица[29] и 44 организации[30], от които в гр. София – 992 лица и 29 организации.

Съгласно прессъобщение от 09.11.2017 г., публикувано на официалния сайт на РС – Варна, Центърът за медиация към съдебен район на Окръжен – Варна, за изтеклите 2 години от създаването си „има над 100 подадени заявления за медиация“, като „около 10 % са несъстоялите се процедури по медиации“. От началото на 2017 г. „са били препратени в Центъра по медиация общо 53 дела. По 38 от заявленията са насрочени медиации, като са проведени 64 медиационни срещи. По 11 дела не е проведена процедура по медиация, поради нежелание на една от страните; по 4 от делата срещите с координатори и медиатори все още продължават, а има и няколко приключили случаи с признаване, оттегляне или отказ от иска. През 2017 г. са постигнати общо 19 споразумения.“, като „от фактически проведените медиации в Центъра досега за 2017 г. споразуменията представляват 50 %, като размерът на материалния интерес за делата,

приключили със спогодба е 7090 лв.“[31]. Същевременно в Регистъра на МП към 09.11.2017 г. за Варна са били вписани 181 лица и 5 организации.

В съобщение на официалния сайт на община Бургас, публикувано на 17.05.2018 г.[32] се сочи, че за периода 06.04.2017 г. – 17.05.2018 г. (над 13 месеца), в Центъра за медиации и спогодби към ОС – Бургас „са проведени 25 процедури по медиация, 6 от които завършили със споразумение между страните, одобрено от съда“. От сайта на ОС Бургас се вижда, че в този ЦМС функционират 18 медиатора[33], а в Регистъра на МП към 17.05.2018 г. за Бургас са били вписани 72 лица и 2 организации.

Посочените по-горе факти говорят сами за себе си и не се нуждаят от коментар. Продължаващите над 40 години опити за имплементиране на медиацията в европейските държави, вложените сериозни усилия и финансови средства за нейната популяризация, обучение на кадри, мониторингови и научни изследвания, от една страна, и твърде скромните практически постижения – от друга, са достатъчни, за да бъде направена равностметката, че това едва ли може да бъде действително търсен от обществото и жизнеспособен институт.

Очевидният неуспех на поредната иновация в сферата на правораздаването и перманентните проблеми на съществуващите съдебни системи отново поставят на дневен ред въпроса: А сега накъде? Може би следва да се вслушаме в думите на Еклисиаста: „Каквото е било, пак ще бъде, и каквото се е правило, пак ще се прави – няма нищо ново под слънцето. Случва се да казват за нещо: „виж, на, това е ново“; но то е било вече през вековете, що са били преди нас“[34]. Може би следва да се обърнем към добре забравеното „старо“ и да се опитаме не да го възпроизвеждаме, а да извлечем рационалното, полезното, работещото от него, за да конструираме своето „ново“.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Аристотел 1993: Аристотел. *Никомахова етика*. София: ГАЛ-ИКО, 1993г. кн.V, гл. I, 12.

Волтер 1879: Voltaire. *Œuvres complètes de Voltaire*, tome 23, Garnier Frères : Paris, 1789 .

Де Паоло 2014: Giuseppe De Palo и авт. колектив. „*Rebooting“ the Mediation Directive: assessing the limited impact of its implementation and proposing measures to increase the number of mediations in the EU*. Brussels: © European Union, 2014г.,

(<http://www.europarl.europa.eu/committees/en/supporting-analyses-catalog.html?content=REBOOTING%20THE%20MEDIATION%20DIRECTIVE&wordSearchType=TITLE#supporting-analyses> Достъп 25.01.2019г.).

Девини 2017: Devigny, Emmanuelle. *Médiation, conciliation, arbitrage, négociation : c'est quoi les MARC?* Публикувано на 16.01.2017г. на <https://www.officieldelamediation.fr/2017/01/16/mediation-conciliation-arbitrage-negociation-a-vos-marcs/> (Достъп 25.01.2019г. в 18:45).

Заозерски 1878: Заозерский, Николай Александрович. *Церковный суд в первые века христианства (Историко-каноническое исследование)*. Кострома: Типография Андроникова. 1878 г.

Кели 1998: Кели Дж. М (Kelly J. M.). *Кратка история на западната теория на правото*. София: изд. Рива, 1998 г.

Новкиришка-Стойнова 2016: Новкиришка-Стойнова, Малина. *Ius est ars ? (Някои размисли за правото като изкуство или изкусно занятие и за неговото изучаване)*, в сб. 25 години Департамент „Право“ НБУ, София: НБУ, 2016 г.

Попова 2017: Попова, Валентина. Медиацията в българското, европейското право, българския, европейския и международния граждански процес. Сп. *Норма*, бр. 6/2017 г.

[1] Les douze livres du code de l'empereur Justinien, de la seconde édition, traduits en français par P.-A. Tissot. Metz: Behmer. 1807г., Стр. 42

[2] Т. нар Judicial review. Вж. Section 25 of the Judiciary Act 1789г – САЩ

[3] Напр. чл. 117, ал. 2, предл.2 от Конституцията на Република България: „При осъществяване на своите функции съдиите, съдебните заседатели, прокурорите и следователите се подчиняват само на закона“, чл. 3 от Закона за съдебната власт: „Чл. 3. При постановяване на своите актове съдиите, прокурорите и следователите се основават на закона и на събраните по делото доказателства.“

[4] С характерната за римляните прагматичност, те предоставят на претора функцията да коригира и допълва правните норми, създадени по законодателен път (т.нар. Ius Civile – leges, plebis scita, senatus consulta, constitutiones), но не само като решения ad hoc по конкретни казуси, а като правила, закрепени в преторските едикти и образуващи една паралелна нормативна система – т нар. Преторско право (Ius honorum).

- [5] Библия, сиреч книгите на Свещеното писание на Ветхия и Новия завет. София: Св. Синод на Българската църква. 1991г. Евангелие от Матей. XVIII.21-22: „Тогава Петър се приближи до Него и рече: Господи, колко пъти да прощавам на брата си, кога съгрешава против мене? До седем пъти ли? Не ти казвам до седем, а до седемдесет пъти по седем“ (стр.1216)
- [6] Ibidem: Евангелие от Матей. V.39-40. Стр. 1200
- [7] Ibidem: Евангелие от Матей. XVIII.15-17, стр. 1216
- [8] Ibidem: Първо послание на св. Ап. Павла до Коринтяни. VI.1-8, стр. 1410
- [9] Библия, сиреч книгите на Свещеното писание на Ветхия и Новия завет. Ор. cit. Второ послание на св. Ап. Павла до Тимотея. III.16-17. „Всичкото Писание е боговдъхновено и полезно за поука, изобличаване, изправяне и назидаване в правдата, за да бъде Божият човек съвършен и годен за всяко добро дело“. Стр. 1467
- [10] **31 Правило Святых Апостолов:** „И сие да будетъ по единомъ, и второмъ, и третіемъ увѣщаніи от епископа“ Цитира се по Правила православной церкви с толкованиями Никодима, епископа Далматинско-Истрийского. Москва: изд. Отчий дом. 2011г., стр. 93
- [11] Виж Канон 1446 на най-новия Codex Iuris Canonici на католическата църква, обнародван на 21 януари 1983г. от папа Йоан-Павел II. Codex Iuris Canonici. Москва: Sancti Thomae Institutum. 2007г. Стр. 527
- [12] **Jacques-Guillaume Thouret** (роден на 30 април 1746г. в Pont-l'Évêque- гилотиниран на 22 април 1794г. в Париж). Един от авторите на съдебната реформа във Франция и Конституцията от 1791г.
- [13] Протоколи от заседанието на Националното събрание (Конституантата) на Франция от 7 юли 1790г. (в Réimpression de l'ancien Moniteur. Tome Cinquième. Paris. Typographie De Henri Plon. 1860г., Стр. 66-67) – Вж. Приложение 1.
- [14] Ibidem
- [15] Закон за устройство на съдилищата 1880г. Приет от II ОНС, I РС, ДВ, бр. 45 от 28. V. 1880 г.
- [16] В повечето системи тази длъжност се е заемала от лица без висше юридическо образование.
- [17] Гражданско-процесуален кодекс от 2008г. (Обн. ДВ. бр.59 от 20 Юли 2007г.) : Чл. 145, ал.3. „След това съдът приканва страните към спогодба и посочва нейните последици.

Ако спогодба не се постигне, съдът прави доклад, който се отразява в протокола.“, Чл. 149, ал.1. „След събиране на доказателствата съдът отново приканва страните към спогодба. Ако спогодба не се постигне, съдът дава ход на устните състезания.“

[18] Décret no 78-381 du 20 mars 1978, modifié notamment par un décret du 1er octobre 20107 et par le décret no 2012-66 du 20 janvier 2012 relatif à la résolution amiable des différends

[19] Loi n° 95-125 du 8 février 1995 relative à l'organisation des juridictions et à la procédure civile, pénale et administrative

[20] Обн., ДВ, бр. 110 от 17.12.2004 г., изм. и доп., бр. 86 от 24.10.2006 г., доп., бр. 9 от 28.01.2011 г., изм. и доп., бр. 27 от 1.04.2011 г., бр. 77 от 18.09.2018 г.

[21] Директива 2008/52/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 21 май 2008 година относно някои аспекти на медиацията по гражданскоправни и търговскоправни въпроси.

[22] Привежданите по-долу данни са актуални към 2014 г. и се основават на изследването на Giuseppe De Palo и авт. колектив.— Op. cit.

[23] Чл. 8. (1) Медиатор може да бъде само дееспособно лице, което отговаря на следните изисквания:

1. не е осъждано за престъпления от общ характер;
2. завършило е успешно курс на обучение за медиатор;
3. не е лишено от право да упражнява професия или дейност;
4. има разрешение за дългосрочно или постоянно пребиваване в Република България, ако лицето е чужд гражданин;
5. вписано е в Единния регистър на медиаторите към министъра на правосъдието.

[24]Осъществен достъп на 25.01.2019 г. 16:30 -16:40 часа:

1. <http://pamb.info/images/stories/data/ustavnov/tarifa%20vel.pdf> ,
2. <http://bambg.bg/%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%84%D0%B0/> ,
3. <http://ivesta-bg.com/%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%81%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%B8-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0/> ,
4. http://www.bgmediation.com/images/stories/tarifa_crs%202014.doc ,
5. <https://conflict.bg/usluga-ceni-mediacia-uslugi-cena-mediacia-mediator/> ,

6. http://mediation-net.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=59&lang=bg ,
7. http://www.itera-bg.com/files/1472655147_tarifa_na_itera_mediation.pdf ,
8. http://adr.bg/documents/Tarifa_ADR_Mediation.pdf ,
9. <http://www.sporazumenia.com/bg/tarifa.html> ,
10. <https://notaric.net/%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%84%D0%B0> .

[25] Съгл. Чл. 1 от Тарифа за държавните такси, които се събират от съдилищата по Гражданския процесуален кодекс (ГПК). Приета с ПМС № 38 от 27.02.2008 г., обн., ДВ, бр. 22 от 28.02.2008 г., в сила от 1.03.2008 г., доп., бр. 50 от 30.05.2008 г., в сила от 30.05.2008 г., изм. и доп., бр. 24 от 12.03.2013 г., изм., бр. 35 от 2.05.2017 г., в сила от 2.05.2017 г.

[26] Чл. 78, ал.9 от ГПК.

[27] <http://mediatorbg.eu/grafik/grafik.htm> Достъп 25.1.2019г. 23:00 ч.

[28] <http://srs.justice.bg/srs/310->

<http://srs.justice.bg/srs/310-%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%BD%20%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%A6%D0%A1%D0%9C> Достъп 25.1.2019г. 23:00 ч.

[29] <http://mediator.mjs.bg/Users/MList.aspx> Достъп 25.1.2019г. 23:15 ч.

[30] <http://mediator.mjs.bg/Users/OrgList.aspx> Достъп 25.1.2019г. 23:20 ч.

[31] http://www.vrc.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=1945:2017-11-09&catid=25:2010-11-08-08-19&Itemid=18 Достъп 25.1.2019г. 23:30 ч.

[32] Окръжен и Районен съд – Бургас обновяват Центъра за медиация и спогодби. <https://www.burgas.bg/bg/news/details/1/34699> Достъп 25.1.2019г. 23:50 ч.

[33] <http://www.os-burgas.org/index.php/2017-06-19-12-49-29/2017-06-19-13-36-54> Достъп 25.1.2019г. 23:50 ч.

[34] Библия, сиреч книгите на Свещеното писание на Вехтия и Новия завет. София: Св. Синод на Българската църква. 1991 г. Книга на Еклисиаста или проповедника I.9,10 (стр. 740).

HISTORICAL AND MODERN FORMS OF ALTERNATIVE DISPUTE RESOLUTION

Michail Mateev, PhD in law,

Assistant Professor at the Law Faculty of Sofia University “St. Kliment Ohridski”

Abstract: This article gives a brief analysis of the characteristics of the model of legislation and state administration of justice, established in the Continental legal system, with a view to their effectiveness in regulating public relations and resolving legal disputes. A comparison is made with the historical and contemporary forms of alternative dispute resolution: the Ecclesiastical court of Christian church, justice of the peace and mediation.

Keywords: administration of justice, Ecclesiastical court, justice of the peace court, mediation, alternative dispute resolution, ADR.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Матеев, Михаел. Исторически и съвременни форми за алтернативно решаване на правни спорове – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 02 февруари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587.

<<http://medialinguistics.com/2020/02/02/historical-and-modern-forms-alternative-settlement/>>

МЕДИЕН МОНИТОРИНГ

Парламентарният дебат – критичен поглед върху практиката (2009 – 2019)

Наталия Киселова

Резюме:

Парламентарното управление е форма на държавно управление, политически режим и „голяма сцена на обществени дебати“. В статията е представена дейността на Народното събрание през периода 2009-2019 г. като политически режим и сцена за дебати. Направен е критичен анализ на конституционните и политическите функции на българския парламент. Чрез реализацията на законодателната, конститутивната и контролната функции са представени негативни тенденции в парламентарните процедури. Констатира се отказ или избягване на парламентарен дебат между парламентарното мнозинство и парламентарната опозиция.

Ключови думи: Народно събрание, парламентарен дебат, антипарламентарни практики

След падането на Берлинската стена преди 30 години в Централна и Източна Европа в най-общ смисъл започна преход към либерална демокрация и пазарна икономика. В България радикалните промени намериха нормативен израз в нов Основен закон, приет през 1991 г. В Конституцията българската държава се самоопределя като демократична, социална и правова. Формата на държавата е унитарна република с парламентарно управление. „Парламентарното управление“ се определя не само като форма на конституционната демокрация, при която изпълнителната власт произлиза от законодателната и е отговорна пред нея (Epstein 1968: 419), но и като „голяма сцена на обществени дебати“ (Bagehot 1873: 53).

Дилемата пред избора президентско (Фризон–Рош 2005: 22) или парламентарно управление е решена в полза на парламентаризма (Linz 1990a: 84–91) през 1991 г. поне поради три фактора. Първият фактор е исторически. Търсена е връзка с миналото, защото парламентарната демокрация е несбъдната мечта на българското общество. Парламентарната форма на управление е косвено указана (Влайков 1905: 54) в

Търновската конституция (1879–1944 г.), чрез изричното предписание, че министрите са отговорни пред парламента солидарно (чл. 153) (Киров 1904: 97; Киров 1905: 199; Баламезов 1909: 80–81)[1].

Нереализираните в миналото стремежи, свързани с идеалите и ценностите на парламентарната демокрация, подтикват депутатите в 7-то Велико Народно събрание да търсят демократично обосноваване в близкото минало. В 15-те представени през 1990 г. конституционни проекта за нова конституция (Методиев, Стоянов 2003: 242–542) парламентарната форма на управление е изрично или косвено предвидена (Танчев 2003: 431–477)^[2].

Вторият фактор е консолидиращ, защото парламентарното управление се основава на сътрудничеството между националните политически институции и се избягва „играта с нулев резултат“ (Linzi1990b: 55–58). Възприемането на конституционен модел и политически режим от такъв тип е обусловено от разбирането, че е необходимо широко участие на различни социални групи при формирането на политиката в условията на разгръщане на политически плурализъм[3]. Събитията от края на 80-те и началото на 90 г. на XX в. поставят началото на продължителен период от дълбоки обществено-икономически и политически промени и по своя мащаб носят характера на продемократични революции (Жидкова, Крашенинниковой 2004: 412). Това са революции, които си поставят за задача да разрушат съществуващите политически и икономически структури, да ликвидират тоталитарните режими, които са ограничавали или нарушавали правата и свободите на гражданите, и да се утвърдят общоприетите по света принципи на либералната и парламентарната демокрация. Чрез нея в българския конституционализъм намериха проявление достиженията на световната конституционна доктрина и на модерната правна уредба, присъща на страни, преминали през сходни преломни исторически моменти.

Третият фактор, поради който е предпочетено парламентарното управление, може да се определи като геополитически. При приемането на Конституцията през 1991 г. има естествен стремеж за сближаване с държавите от Европейската общност (по-късно Европейски съюз). Три десетилетия след падането на комунистическите режими в страните от Централна и Източна Европа доминиращата форма на държавно управление е парламентарната (специални изключения са федерацията Босна и Херцеговина и Кипър).

Понастоящем част от държавите на Балканския полуостров не са получили покана за членство в ЕС, а друга, сред които и България, вече са членове. Идентичната или сходна конституционна уредба на централните държавни органи – парламент и правителство при различни политически конфигурации в отделните страни членки на ЕС, спомага за съвместното им съжителство и функционирането на Съюза и като политическа организация.

В страните от Централна и Източна Европа новата конституционна уредба не е продукт на еволюционно развитие (с изключение на Чехословакия до окупацията ѝ от Хитлер през 1938 г.) (Танчев 2003: 221–222) и представлява реакция на предходния политически режим и система на управление (Bogdanor 1988: 7–9). Тези страни не възприемат модела на класическия парламентаризъм, а отчитайки опита на западноевропейските държави, са ориентирани към съвременните достижения на един сравнително рационализиран парламентаризъм (Tanchev 1992: 12–15). Отчита се, че след Втората световна война конституционните системи, изградени в духа на класическата традиция, претърпяват значителна еволюция. В следствие на промените в характера на политическия процес се наблюдават по-сложни взаимозависимости в рамките на разделените власти, като при това се отчита новото значение на изпълнителната власт – инициатор на политики (Grosser 1964: 162) при съхраняване на мястото и ролята на парламента като „арена“ на сблъсъци между мнозинството и малцинството, между общото мнение и всяка част от нацията (Мил 1885: 56–57).

В този контекст, Народното събрание заема централното място в конституционната и в политическата система на Република България (Стойчев 1995: 36) и съсредоточава широк кръг от правомощия във формирането и осъществяването на публичната власт. Най-общ преглед на компетентността и цялостната дейност на Народното събрание позволява да бъдат изведени две основни групи функции, които общонационалната представителна институция реализира – „конституционни“ и „политически“ (Близнашки 1995: 56-66; Киров 2004: 154-155).

В конституционните функции на Народното събрание се възплъщават основните направления на неговата парламентарната дейност, които се реализират в съответни юридически форми. В контекста на конституционната рамка представителното събрание

осъществява три основни функции – законодателна, конститутивна и контролна (Киров 2004: 155; Близнашки 2009: 49; Близнашки 2015: 138–154; Киселова 2017: 152–160).

Политическите функции на парламента (Близнашки 2015: 133–137) не са постоянна величина, а се видоизменят в зависимост от времето и обстоятелствата, свързани с характера на политическия режим (Буруджиева, Канева 2007: 144; Манолов 2005: 124). Тази група функции на Народното събрание могат да се разгледат в по-широкия контекст на българската политическата система, като вниманието се насочва към ролята, която парламентът изпълнява в демократичния политически процес за политическа интеграция (формиране на разбиране и на мнение) и национална консолидация (формиране на позиция), от една страна. И в по-ограничения контекст взаимодействието на Народното събрание с останалите национални институции на публичната власт, като ударението се поставя върху основните направления в дейността на парламента (насочване към конкретно политическо действие), от друга страна. Народното събрание осъществява конституционните си функции чрез актовете, които приема в определена юридическа форма. Подготовката на тези парламентарни актове, както и политическите си функции, Народното събрание реализира чрез публични политически дебати, в които свободно могат да участват всички народни представители без заплахата от наказателно преследване[4]. Парламентарното красноречие се явява както средство, така и продукт на дейността на общонационалната представителна институция (Стефанова 2017: 114).

Днес парламентарните дебати в пленарната зала на Народното събрание са открити и публични. Публикуват се видеозаписи и стенограми от заседанията на парламента и неговите комисии. До 1771 г. във Великобритания, родината на парламента и на парламентаризма, заседанията на Парламента са били тайни и е съществувала забрана за публикуването на дебатите (Трубицина 1978: 83–92; Трубицина 1999), като не се допуска дори воденето на бележки в камарите (Беглов 2002; Прутков 2012).

Политическото красноречие на народните представители достига до гражданите най-често чрез медиите – традиционни[5] и „нови“ (метамедии) (Михайлов 2019). След печатните медии радиото (Чолаков 1996: 212–214; Арнолд 2000; Гелър 2003; Ангелова 2007), телевизията (Peters 1985; Василева 2000; Брадшоу 2008) и „новите“ медии (уебсайтове, платформи, социални мрежи, блогове)[6] са изобретения, които играят съществена роля за популяризиране след Първата и съответно Втората световна война и

през XXI в. както на дейността на законодателния орган, така и на отделни политически лидери – оратори. Изразът „да говориш със страната” става действителност след въвеждане в употреба на микрофона и камерата с възможността (Stonier 1983; Saxby 1990; Steven 1993; Sorlin 1994; Friedlan 2003; Glasser 1999; Gillmor 2004; Прутцков 2013) за радио-, телевизионни и онлайн излъчвания. Развитието на интернет като дом на „новите медии“ е свързано с протичане на процеси, които неизбежно засягат дейността на парламента и имат социално-политически измерения (Осиковски 2017)[7].

Какво е състоянието на парламентарната демокрация и на парламентарния дебат в България през последното десетилетие? В българската политическа система и в конституционна практика има множество симптоми на противоречивия феномен наречен постдемокрация (Крауч 2012: 28–29). Такива симптоми има във функционирането както на правовата и социалната държава[8], така и на парламентарната демократична държава, чието олицетворение е Народното събрание, консолидиращо гражданското общество в политическата държава. На изпитание през последното десетилетие вече е подложена и същината на парламентарната демокрация в България. Основание за този извод дават следните тенденции.

На първо място, принципът, че Народното събрание работи при „открити врати“, беше съществено засегнат. Изказванията от парламентарната трибуна, които се излъчват на живо, са много по-конкурентни, отколкото ако бъдат проследявани през писмените стенограми седмица – две по-късно. Публичността на парламентарния дебат беше ограничена с финансови аргументи. Преките излъчвания на парламентарните дебати по специална радио-честота в ефира на БНР бяха прекратени[9], а излъчванията „на живо“ на Националната телевизия бяха прехвърлени от БНТ 1 в сравнително по-слабо гледаната програма на БНТ 2[10]. Все още не е изпълнена разпоредбата на чл. 51, ал. 1 от Правилника на 44-та легислатура, че откритите заседания на Народното събрание се предават пряко и от парламентарен телевизионен канал (БНТ). За в бъдеще следва да бъде предвидена възможност за онлайн излъчване на всички открити заседания на парламентарните комисии. В момента по решение на постоянната комисия заседанието ѝ се излъчва в реално време в интернет чрез интернет страницата на Народното събрание (чл. 31, ал. 1, изр. второ от Правилника на Народното събрание). *De lege ferenda* правилото за изрично решение за онлайн излъчване на заседанието трябва да важи за временните

парламентарни комисии за анкети и проучвания, когато важни държавни интереси налагат това или се обсъждат документи, класифицирани по Закона за защита на класифицираната информация.

На следващо място, принципът за хоризонтално разделение на властите също беше засегнат. Значителна част от формалните процедури при осъществяване на парламентарното управление вече са загубили своя автентичен социално-политически смисъл. Могат да бъдат дадени такива примери от достъпни доклади, публикувани на сайта на Народното събрание (<https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS>), както при осъществяване на парламентарните конституционни функции (законодателна дейност, конститутивни правомощия, формално упражняване на парламентарен контрол), така и при политическите функции. Правило в парламентарната държава е, че правото на законодателна инициатива принадлежи преимуществено на правителството, а само по изключение на народни представители. През изминалото десетилетие това правило беше изоставено и в действащото 44-то Народно събрание броят на законопроектите внесени от народни представители вече се изравнява с този на правителството, което е видно от таблицата по-долу (Източници: 2018, посетен на 01.12.2019 <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia3.pdf, с. 7>; 2018, посетен на 01.12.2019 <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia4.pdf, с. 7>; 2018, посетен на 01.12.2019; <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia5.pdf, с. 7>; 2019, посетен на 01.12.2019; <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia6.pdf, с. 7>; 2019, посетен на 01.12.2019, <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia7.pdf, с. 7>):

Вносител Сесия	Трета сесия 11.01- 05.04	Четвърта сесия 16.04- 27.07 2018	Пета сесия 01.09- 22.12	Шеста сесия 11.01- 25.04	Седма сесия 07.05- 31.07
/					

	2018 г.	г.	2018 г.	2019 г.	2019 г.
Общо внесени законопроекти	39	73	54	60	57
Министерски съвет	17	26	32	29	30
Народни представители	22	47	22	31	27

Таблица 1

Резонен е въпросът защо народните представители са станали толкова активни в упражняването на законодателната инициатива? Причината е, че с промени в Закона за нормативните актове от 2016 г. (ЗИД на ЗНА, Обн., ДВ, бр. 34 от 3 май 2016 г., в сила от 4 ноември 2016 г.), беше въведена оценка на въздействието на проектите за нормативни актове. Съгласно чл. 21, ал. 4 от ЗНА всички проекти на нормативни актове, които се изготвят от Министерски съвет, подлежат на публикуване в Портала за обществени консултации. Докато проектозаконите, които са внесени от народни представители, не се подлагат на обществено обсъждане, към тях не се прилагат строгите изисквания на ЗНА[11] и имат семпли предварителни оценки на въздействието.

И ако от една страна се наблюдава повишена активност от народните представители при упражняване на правото на законодателна инициатива, то от друга – има видимо фактическо изземване на някои конкретни законодателни правомощия на Народното събрание от страна на изпълнителната власт (Трайна е практиката на Конституционния съд в този смисъл. Вж. Решение № 14 от 1992 г., Решение № 8 от 1998 г., Решение № 5 от 2000 г., Решение № 7 от 2010 г., Решение № 11 от 2010 г., както и Мотивите към Решение № 9 от 2016 г., в което Конституционният съд говори за

принципно очертаната „разграничителната линия между основанието и обхвата на законова и подзаконова уредба“). През последното десетилетие се създават закони-рамки, които предвиждат широка нормотворческа компетентност на правителството и на отделните министри.

Формалност се наблюдава и при упражняването на парламентарен контрол от Народното събрание. Ако в предишното десетилетие (2001–2009 г.) имаше опити за недопускане на неудобни въпроси и питання до министър-председателя и отделни министри, то в последните 10 години (2009–2019 г.) освен несъответствие на зададен въпрос или питане се наблюдава и мълчаливо подминаване на зададените въпроси и питання. Основната форма, под която протича парламентарното заседание, е пленарният дебат, при него по презумпция е заложено конкурентното начало (Стефанова 2017: 117). Представените данни по-долу в Таблица 2 показват, от една страна, елегантен начин за избягване на конкуренция между тезите на парламентарното мнозинство и опозицията чрез завишеният брой писмени отговори на отправени въпроси и питання до членовете на правителството. Правилото в Правилника на Народното събрание се обърна през изминалото десетилетие и, ако не е изрично поискан устен отговор по зададените форми, се дължи писмен отговор. Друг извод, който може да бъде направен, от друга страна, е, че има постоянни опити за избягване на конкуренция между мнозинството и опозицията, защото значително се е увеличил броя на въпросите и питаннята, на които не е отговорено през съответната сесия. Тези данни водят до извода, че парламентарното мнозинство и правителството, което то поддържа, избягват публичния дебат в пленарната зала (Източници: 2018, посетен на 01.12.2019 <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia3.pdf, с. 75>; 2018, посетен на 01.12.2019 <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia4.pdf, с. 57>; 2018, посетен на 01.12.2019; <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia5.pdf, с. 115>; 2019, посетен на 01.12.2019; <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia6.pdf, с. 73>; 2019, посетен на 01.12.2019, <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia7.pdf, с. 75>):

Отправени въпроси и питания / Сесия	Трета сесия 11.01- 05.04 2018 г.	Четвърта сесия 16.04- 27.07 2018 г.	Пета сесия 01.09- 22.12 2018 г.	Шеста сесия 11.01- 25.04 2019 г.	Седма сесия 07.05- 31.07 2019 г.
Общо отправени	въпроси 597 питания 29	въпроси 397 питания 17	въпроси 231 питания 24	въпроси 458 питания 19	въпроси 277 питания 14
Какъв отговор е поискан - писмен или устен от въпроси / питания	писмени: 352 устни: 245 _____ писмени:	писмени 255 устни 142 _____ писмени	писмени 271 устни 169 _____ писмени	писмени 290 устни 168 _____ писмени:	писмени 153 устни 124 писмени: 0

	3	2	0	5	устни: 14
	устни: 26	устни 15	устни 18	устни: 14	
Не е отговорено	въпроси 117	въпроси 46	въпроси 51	въпроси 18	въпроси 40
	питания 7	питания 2	питания 2	питания 1	питания 2
Не са допуснати поради несъответствие с ПОДНС	въпроси 7	въпроси 4	въпроси 3		въпроси 2
	питания 2	питания 1	питания 3	няма данни	питания 5

Таблица 2

На трето място, при осъществяване на конститутивни и контролни правомощия в Народното събрание рядко присъства министър-председателя. Като едноличен орган на

изпълнителната власт с обща компетентност, той притежава правомощия, които не могат да бъдат „прехвърляни“ / „преотстъпвани“ / „делегирани“ на друг член на кабинета. Част от тази компетентност е присъщото само и единствено на министър-председателя правомощие – право и задължение лично той да отговаря на въпроси и питання по общата политика на правителството, да информира Народното събрание на всеки шест месеца за приоритетите на председателството на ЕС, да прави предложения за структурата и състава на Министерския съвет при формирането му, да прави предложения за промени в състава и/или структурата на правителството. Сътрудничеството между министър-председателя и Народното събрание, което го е избрало, има два елемента. Формалният елемент е обективизиране на конкретна процедура (депозирание в деловодството на Народното събрание) и материален (лично изразяване на предложението с цел получаване на парламентарна подкрепа).

Неглижирането на парламента от министър-председателят се превърна от прецедент в практика през последното десетилетие. Неговият отказ да присъства в Народното събрание се свежда до отказ за дебат. Едностранните му изявления в социалните мрежи са заявка за институционализирано противопоставяне между лидера на мнозинството и неговите политически противници на полето на медиите, но не в пленарна зала. В Таблица 3 са представени достъпните данни за дадени отговори на въпроси и питання, отправени към министър-председателя. Дадените шест отговора са по отправени въпроси и питання от народни представители от опозицията ((Източници: 2018, посетен на 01.12.2019 <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia3.pdf, с. 77>; 2018, посетен на 01.12.2019 <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia4.pdf, с. 59>; 2018, посетен на 01.12.2019; <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia5.pdf, с. 117>; 2019, посетен на 01.12.2019; <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia6.pdf, с. 75>; 2019, посетен на 01.12.2019, <https://www.parliament.bg/pub/sesii/44NS_sesia7.pdf, с. 76>):

Въпроси и питания, отправени към премиера /	Трета сесия 11.01-	Четвърта сесия 16.04-27.07	Пета сесия 01.09- 22.12	Шеста сесия 11.01- 25.04	Седма сесия 07.05- 31.07 2019
---	------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------	--

Сесия	05.04 2018 г.	2018 г.	2018 г.	2019 г.	г.
Общо отправени	Няма изрични данни	Няма изрични данни	Няма изрични данни	Няма изрични данни	Няма изрични данни
Устен отговор	0	2	2	0	0
Писмен отговор	2	0	0	0	0

Таблица 3

Представените примери от дейността на Народното събрание ни водят до разбирането, че сътрудничеството между парламента и правителството се свежда до формално осъществени процедури при ограничени възможности за парламентарен дебат. Тези парламентарни практики са неправилни и антипарламентарни, тяхното допускане принизява значението на Народното събрание като общонационален представителен орган.

Негативните парламентарни практики засилват симптомите на постдемократията, които можем да видим и в състоянието на гражданското общество. Политическите партии до голяма степен са загубили своя „политически“ облик. Някои юридически лица с нестопанска цел заклеиха политическите партии като излишни и фактически иззеха функциите им на представителство на политическите интереси на гражданите. Наблюдаваме упадък на медиите, възход на имиджмейкърите, а изборите станаха изкъсо контролиран спектакъл или пищно шоу.

В началото на третото десетилетие на XXI в. пред нас стои въпросът „Как да научим парламентарната демокрация в България да се защитава?“ (Медушевский 2004). Единствено и само с легални и легитимни инструменти.

Българската парламентарна демокрация при наложилите се антипарламентарни практики се нуждае от рационализиране чрез подобряване на съществуващата конституционна уредба. Такова рационализиране е в рамките на парламентарната форма на управление при формиране на правителството като задължителен елемент от процедурата да е одобряването на програмата за управление. На следващо място, следва да се обмисли въвеждането на различни процедури за внасяне, обсъждане и приемане на законопроектите, внасяни от Министерския съвет и от отделни народни представители. Възможностите на отделните народни представители да се конкурират с капацитета и ресурсите на изпълнителната власт при подготовката на законопроекти създават усещане за лобизъм и за корупция. На трето място, трябва да се рационализират процедурите, чрез които се упражнява парламентарен контрол върху намеренията и дейността на отделните министри и по-специално на министър-председателя на основата на публичност, политически плурализъм и при зачитане на разделението на властите на законодателна и изпълнителна. На следващо място, по по-категоричен начин трябва да се гарантират правата на опозицията (вкл. чрез достъп до обществени медии при спазване на политическия плурализъм). И на последното място, а може би на първо – повишаване на политическата култура на българските граждани, които са аудитория от аудитории, защото политическото участие на всеки гражданин е необходимо да бъде основано на информиран избор в условията на функционираща публичност.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Ангелова 2007: Ангелова, В. *Световното радио. Модели на развитие*. София: Експрес принт ООД, 2007.

Арнолд 2000: Арнолд, Б. *АБВ на радиото*. София: Полис, 2000.

Баламезов 1909: Баламезов, Ст. Учението за разделението на властите и неговото приложение в модерната държава. – В: *Периодическо списание*, № 70, 1909, 80-81.

- Беглов 2002:** Беглов, С. И. *Четвертая власть: британская модель*. Москва: Изд-во МГУ, 2002.
- Близнашки 1995:** Близнашки, Г. Функциите на Народното събрание: политически и конституционни измерения. – В: *Съвременно право*, №1, 1995, 56-66.
- Близнашки 2009:** Близнашки, Г. *Парламентарното управление в България*. София: УИ Св. Климент Охридски, 2009.
- Близнашки 2015:** Близнашки, Г. *Парламентарно право*, София: УИ Св. Климент Охридски, 2015.
- Брадшоу 2008:** Брадшоу, П. Модел на нюзрума на 21-ви век. – В: *Годишник на Департамент Масови комуникации*, НБУ. София: НБУ 2008.
- Буруджиева, Канева 2007:** Буруджиева, Т., Канева, Л. *Политически маркетинг: теория и практика*. София.: Сиела, Българско училище за политика НБУ, 2007.
- Василева 2000:** Василева, М. Американските електронни медии: радио и телевизия. – В: *Медиите във Великобритания и САЩ*. София: Полис, 2000
- Влайков 1905:** Влайков, Т. Бележки върху парламентаризма у нас. – В: *Демократически преглед*, № 3-4, 1905, с. 54.
- Гелър 2003:** Гелър, В. *Как се прави въздействащо радио*. Пловдив: Автоспектър, 2003.
- Жидкова, Крашенинниковой 2004:** Жидкова, О. А., Крашенинниковой, Н. А. (Ред.). *История государства и права зарубежных стран*. Ч. II, Москва: Норма, 2004.
- Киров 1904:** Киров, Ст. Парламентарен режим и персонален режим. – В: *Гражданин*, № 2, 1904, г. I, с. 97.
- Киров 1905:** Киров, Ст. Парламентаризъм и Българската Конституция. – В: *Демократически преглед*, № 9, 1905, с. 199.
- Киров 2004:** Киров, Пл. *Президентът в българския конституционен модел*. София: Сиби, 2004.
- Киселова 2017:** Киселова, Н. Конституционни функции на Народното събрание. – В: *De jure*, № 2 (15), 2017, 152-160.
- Крауч 2012:** Крауч, К. *Постдемокрация*. София: УИ Св. Климент Охридски, 2012.
- Манолов 2005:** Манолов, Г. Политическата комуникация. – Във: *Втори годишник на висше училище Колеж по икономика и администрация*. Пловдив: ИК Марица, 2005.

- Медушевский 2004:** Медушевский, А. Как научить демократию защищаться... – В: *Вестник Европы*, № 4, 2004, <<http://magazines.russ.ru/vestnik/2002/4/med.html>>.
- Методиев, Стоянов 2003:** Методиев, В., Стоянов, Л. (съст.). *Българските конституции и конституционни проекти*, II прер. и доп. изд., София: ИК Петър Берон, 2003.
- Мил 1885:** Мил, Дж. С. *Размишления върху представителното управление*. Ч. първа. София: Книгопечатница Янко С. Ковачевъ, 1885.
- Михайлов 2019:** Михайлов, В. Метамодернизъм и журналистика. – В: *Медии и обществени комуникации*. № 42, София: Изд. УНСС; Алма комуникация. 2019, <<http://www.media-journal.info/?p=item&aid=398>>.
- Осиковски 2017:** Осиковски, М. Старите институции и новите медии. – В: *Медии и обществени комуникации*. №31, Изд. УНСС; Алма комуникация. 2017, <<https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=337>>.
- Прутков 2012:** Прутков, Г. В. *История зарубежной журналистики 1800-1929*. Москва: МГУ им. Ломоносов, 2012.
- Прутков 2013:** Прутков, Г. В. *История зарубежной журналистики 1929-2013*. Москва: МГУ им. Ломоносов, 2013.
- Стефанова 2017:** Стефанова, Н. *Политическа реторика. Съвременни тенденции*. София: Св. Климент Охридски, 2017.
- Стойчев 1995:** Стойчев, Ст. Парламентаризмът и парламентарният контрол. – В: *Правна мисъл*, №3, 1995, с. 36.
- Танчев 2003:** Танчев, Е. *Въведение в конституционното право*. Ч. I. София: Сиби, 2003.
- Трубицина 1978:** Трубицина, И. В. Английска журналистика XVII века – от рукописних листков к печатной газете. – В: *Вестник МГУ, Сер. 10: Журналистика*, 1978, № 2, с. 83-92.
- Трубицина 1999:** Трубицина, И. В. *Зарождение и развитие английских периодических изданий в XVII в.* Москва: МГУ им. Ломоносов, 1999.
- Фризон-Рош 2005:** Фризон-Рош, Ф. „Полупрезидентският модел“ като инструмент на прехода в посткомунистическа Европа. България, Литва, Македония, Полша, Румъния и Словения. София: Фондация „Д-р Желю Желев“, 2005.
- Чолаков 1996:** Чолаков, Р. Електронните медии, властта и правото. Опит за преглед на правното положение на радиото и телевизията у нас. – В: *Българско медиазнание*. София: Годишно издание на Сдружение „Балканмедиа“, 1996.

- Bagehot 1873:** Bagehot, W. *The English Constitution*. 2nd ed. London: H. S. King, 1873.
- Bogdanor 1988:** Bogdanor, V. (Ed.) *Constitutions in Democratic Politics*. Aldershot: Policy Studies Institute/Gower 1988.
- Epstein 1968:** Epstein, L. D. Parliamentary Government. – In: *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Ed. by D. L. Sills. New York: The Macmillan Company & The Free Press, 1968, vol. 11.
- Gillmor 2004:** Gillmor, D. *We the media: Grassroots Journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2004.
- Glasser 1999:** Glasser, Th. L. *The idea of Public Journalism*. New York: Guilford Press, 1999.
- Grosser 1964:** Grosser, A. The Evolution of European Parliaments. – In: *Daedalus*, Vol. 93, 1964, №1, p. 162.
- Friedlan 2003:** Friedlan, L. *Public Journalism: Past and Future*. Ohaio: Kettering Fondation Press, Dayton, 2003.
- Linz 1990a:** Linz, J. The Virtues of Parliamentarism. – In: *Journal of Democracy*, Vol. 1, No 4, Fall 1990, 84-91.
- Linz 1990b:** Linz, J. The Perils of Presidentialism. – In: *Journal of Democracy*, Vol. 1, No 1, Winter 1990, 55-58.
- Peters 1985:** Peters, J.-J. *A History of Televizion*. Brussels: EBU, 1985.
- Saxby 1990:** Saxby, St. *The age of information*. London: Macmillan, 1990.
- Sorlin 1994:** Sorlin, P. *Mass Media*. London: Routledge, 1994.
- Steven 1993:** Steven, L. *InfoCulture: The Smithsonian Book of Information Age Inventions*. Boston: Houghton Mifflin, 1993.
- Stonier 1983:** Stonier, T. *The Welth of Information*. London: Methuen, 1983.
- Tanchev 1992:** Tanchev, E. Parliamentarism Rationalized. – In: *East European Constitutional Review*, Vol. 2, №1, Winter 1992, 12-15.

[1] Управлението в България е предвидено да бъде парламентарно (*de iure*), но фактически не е така (*de facto*) пише проф. Ст. Киров. Монархът участва активно в политическия живот на държавата. Неговата роля се повишава поради липсата на конституционни и парламентарни традиции, слабостта и раздробеността на партийната система и политическата незрялост (неопитност) на гражданите.

[2] Анализът на текстовете, които уреждат основните начала на внесените проекти, показва, че на първо място сред безспорните положения, е републиканската форма на държавно управление. Това е отразено в първия текст на всички проекти. В редица предложения се използва и прилагателното „парламентарна“, за да се подчертае модела на републиканизма. В други проекти посредством тълкуване на предложения модел на гъвкаво разделение на властите може да се изведе, че и те възприемат тази конституционна форма на държавно управление, без да споменават изрично, че е парламентарна.

[3] В края на 40-те години на XX в. такова е състоянието на политическата система в загубилите Втората световна война Германия и нейният съюзник Италия, през 70-те години – в отхвърлилите авторитарните диктатури Испания, Португалия и Гърция, а през 1989 г., и особено през последните и месеци, това са страните от Централна и Източна Европа.

[4] Свободата на словото исторически предшества всички останали форми на правото на мнение и възниква след еволюция в цивилизационния процес от древността през свободата на парламентарните дебати в Англия и възможността на всеки депутат да изказва своето мнение без страх за личната си неприкосновеност. Днес политическите представители се ползват с наказателна неотговорност за изказванията и гласуванията си в парламента.

[5] Въпреки липсата на цензура на Острова властта преследва независимата журналистика по други институционализирани начини. След 1712 г. в Парламента се прокарва серия от закони, известни като „данъци върху знанието“, с които икономически се ограничава влиянието на рязко политизираната английска периодика на „седмичните хроники“ Дефо, Суифт, Стийл, Адисън, Филдинг. Вестникът започва да струва колкото половин агне и десетина килограма хляб. Така до 1855 г. периодиката е информационна привилегия само за имотните класи. Иначе привидно няма никаква политическа, полицейска или църковна цензура.

Друг способ за ограничаване на свободата на словото се осъществява чрез приемането на т.нар. “Stamp Act” през 1765 г. Законът задължава колониите в Британска Америка да печатат на хартия, произведена в Лондон и обозначена със специална “марка”. Това се

отнася до всички печатни материали, вкл. правни документи, вестници, списания, дори карти за игра, които са издавани в Новия свят. Данъкът е непопулярен в Америка, където обществото остро реагира, тъй като не е представено в Парламента, и съответно не е участвало в обсъждането на закона, с който се въвежда данъкът („No taxation without Representation!“). Колониалните асамблеи изпращат петиции и протести до Британския парламент. От своя страна британски производители и търговци, чийто износ се застрашава от американските бойкоты, също оказват натиск над Парламента. Различни вестници и печатни издания публикуват първата си страница под формата на надгробна плоча с цел изразяване на протест. Данъкът не е събиран ефективно и изданията продължават да се разпространяват, без да го заплащат.

[6] Новите медийни технологии възникват постепенно чрез метаморфоза на старите технологии. Характеристиките на медиите се пренасят и осъществяват с помощта на комуникационни кодове – говорим, писмен, цифров. Възникващите форми на комуникация наследяват доминиращите черти на по-ранните форми. Ключови характеристики на новите медии са: интерактивност, дигиталност, хипертекстуалност, виртуалност, активно участие на потребителите, децентрализираност, фрагментарност, мрежови форми за комуникация.

[7] Понастоящем условното движение в посока „от горе надолу“ (навлизане на традиционни институции на политическото във високотехнологичната медиасфера) е по-съществено, отколкото движението „от долу нагоре“ (високотехнологично медиатизиране на традиционни механизми за излъчване на политическо представителство).

[8] Правовата държава все повече става красива фраза в научните съчинения, но реалността наложи нови ценности и практики, които съществено се отклоняват за разбирането за правовост (легалност). Бяха изпразнени от съдържание редица институти (вкл. и конституционни) на социалната държава. Здравето, грижата за социално уязвимите хора (изоставени деца, възрастни хора, лица с увреждания), образованието, културата, дори правосъдието вече са не ценности, а услуги. Липсва социален компромис в България между капиталистическите бизнес интереси и интересите на наемните работници. В общественно-политическия живот и стопанската дейност, формалноправно преценено всичко е в рамките на закона. Същевременно корупцията стана неизменна характеристика

на политическия ни живот. Колкото повече стратегии и органи създаваме, толкова по-силно е усещането за липса на справедливост и за наличие на конфликт на интереси и корупция в управлението.

[9] Член 51, ал. 1 от Правилника за организацията и дейността на 44-то Народно събрание предвижда и към момента такава възможност, въпреки спирането на „Парламентарния канал“ по БНР – „Откритите заседания на Народното събрание се предават пряко от Българското национално радио на определена от него честота, която покрива територията на цялата страна“.

[10] Формално това правило се отнася само до пленарните заседания, в които се провежда парламентарен контрол (чл. 51, ал. 3 от Правилника за организацията и дейността на 44-то Народно събрание).

[11] Съгласно чл. 76, ал. 1 от Правилника за организацията и дейността на Народното събрание „Законопроектите с мотивите към тях и предварителната оценка на въздействието се внасят до председателя на Народното събрание... Когато законопроектите се внасят от Министерския съвет, към тях се прилагат:

1. справка за съответствие с европейското право – при хармонизация;
2. справка за отразяване на получените становища по съответния законопроект;
3. справка за съответствието с Конвенцията за защита на правата на човека и основните свободи и с практиката на Европейския съд по правата на човека.

Когато законопроектите се внасят от народни представители, предварителната оценка на въздействието е съгласно методологията, приложение към правилника.“.

THE PARLIAMENTARY DEBATE – A CRITICAL LOOK AT THE PRACTICE (2009-2019)

Nataliya Kiselova

Ass. Professor at the Faculty of Law, PhD, Sofia University “St. Kliment Ohridski”

Abstract:

The parliamentary government is a form of governance of a state, a political regime and a „big public debate stage“. The article presents the activities of the National Assembly during the period 2009-2019 as a political regime and a debate stage. It represents a critical analysis of the constitutional and political functions of the Bulgarian Parliament. Negative trends in parliamentary procedures are presented through the implementation of legislative, constitutive and control functions. There is a refusal or avoidance of parliamentary debate between the parliamentary majority and the parliamentary opposition.

Keywords: National Assembly, parliamentary debate, anti-parliamentary practices

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН	ФОРМАТ	ЗА	ЦИТИРАНЕ
Киселова, Наталия. Парламентарният дебат – критичен поглед върху практиката (2009 – 2019) – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. < http://medialinguistics.com/2020/01/11/parliamentary-debate/ >			

Телевизионен пиар и поведение пред камера. Аудио-визуални стратегии, практики, умения

Поля Иванова

Резюме:

В изследването се разработват няколко теоретични полета – телевизията, тв пиар, поведението пред камера, сравнителната аудио-визуална теория. Развиват се показатели за оценка на медийни практики, свързани с поведението пред камера и тв пиар. Създава се обща класификация на тв пиар.

Ключови думи: телевизия, тв пиар, поведението пред камера, сравнителната аудио-визуална теория.

Телевизионният пиар и поведение пред камера се открояват като акцент в настоящото изследване. Аудио-визуалните стратегии, практики и умения формират съвременната комуникационна среда на развитие на тв пиар. Телевизионният пиар подготвя и визията на участниците в програмите – спрямо личен стил на даден участник, спрямо предаването, в което ще участва и др.

В настоящото изследване се въвеждат общи теоретични щрихи на тв понятия, свързани с тв пиар. Структурира се обща класификация спрямо тв дейност. Изследването се ограничава в историческата ретроспекция на употребата на класически елементи от пиар дейностите в тв среда. Дефинират се основни тв практики, свързани с тв пиар. Сравнителната аудио-визуална теория се включва с теоретико-приложни примери от съвременната дигитална среда.

Теоретични щрихи на тв пиар и поведението пред камера

Класификацията на тв пиар в Теорията на поведението пред камера:

По комуникационен признак (монологичен и диалогичен пиар) – при организирането на пиар събития.

По жанров признак – информационен пиар, публицистичен пиар и художествен/развлекателен пиар. Тв пиар се разработва и в трите жанрови групи в съвременната тв среда.

По технологичен/аудио-визуален фактор – развитие на технологиите – пиар събития с аудио-визуално съдържание в дигитална среда. Телевизионен пиар “със” и “без” журналисти.

Телевизионни участия наричаме формите на телевизионна изява, в които се включват останалите участници в комуникационния процес (освен телевизионните журналисти – репортери и водещи). Тв участия в тв среда се формират в резултат на развитие на тв пиар. Те са основна подготвителна дейност на пиар специалистите при работа с телевизиите.

Видове телевизионни участия спрямо основните телевизионни форми:

- Репортаж – като основен или допълващ елемент. Телевизионните участия се реализират като основен поведенчески елемент чрез едно или няколко поведения в кадър, които подготвят обсъждането на дискусията на представянето на анализираната тема. Репортажът се създава чрез допълващ поведенчески елемент, когато е част от основен журналистически текст зад кадър, а екранната изява от нежурналистически тип е в кратък, допълващ базовата информация вид. Тв пиар изгражда участията в репортажите чрез кратките форми – подготовка на водещи фрази, изречения и тези, които са в основата на репортажите.
- Интервю – главен поведенчески нежурналистически жанр, който показва определена позиция в рамките на новините в кратък информационен вид – предимно по фактологичен признак, а в публицистиката – по аналитичен. Тв пиар изгражда основните тези при подготовката за интервюто спрямо водещите факти по темата.
- Телевизионно предаване – основен събеседник/ци; в рамките на даден тв репортаж в предаването; публика като допълващ поведенчески фактор. Тв пиар подготвя събеседниците за участие в дадена предаване.
- Телевизионен филм – дадено екранно присъствие в рамките на определен, разработван жанр се трансформира във вид сюжетна линия чрез присъствие в цялото

екранно действие. Тв пиар изгражда основни образи спрямо зададените параметри в сценариите на филмите.

- Пресконференция – външно-поведенчески жанр, който използва схемата на екранна изява на изложение и отговори на въпроси след това. Може да е изцяло телевизионен жанр при директните предавания (например пресконференциите, които се предават в предизборната нощ). Тв пиар се подготвя за тв изява по схемата въстъпление-въпроси-отговори.
- Брифинг – форма на поведение, подобна на предходната, която в селектиран вид поднася информация по определена тема от експерт или представител на социалната група, която касае определена проблематика. Тв пиар подготвя дадено поведение на експертна основа.

Поведението пред камера в групата на нежурналистическите жанрове се регистрира при участия на експерти и специалисти за коментар, анализ и прогноза на тема от деня по време на емисията в новинарското студио чрез прекъсване на схемата бланк-видео – това се превръща в постоянна или с цикличен характер структура на новинарска емисия, която е в основата на конструкцията на изграждане на телевизионните предавания.

Видове телевизионни участия спрямо основните телевизионни жанрове:

а) *Информационни телевизионни участия:* в новини – като част от т.нар. видеоматериали, където под формата на тв синхрон се показват различни експертни, политически, икономически и друг тип телевизионни присъствия. Могат да се създават чрез т.нар. преки включвания – от мястото на събитието, където във вид на информационно интервю се осъществяват информационни участия, свързани с конкретен информационен повод.

Основни телевизионни участия при новинарските емисии: кратък изказ, бързи реакции при задаване на въпросите и широка подготовка по новината на деня.

б) *Публицистични телевизионни участия*: в публицистичните телевизионни програми, където под формата на различни телевизионни дискусии или индивидуални интервюта, реализирани чрез разговори в телевизионното студио, се обсъждат актуални теми.

Основни тв участия при публицистиката: предимно кратък изказ и бързи реакции, умение да се води дискуссионен разговор с опоненти по темата. Поведението пред камера в публицистичните предавания се осъществява от представители на дадена организация или институция, които притежават поведенчески коментарни умения да обобщават процеси и явления, които са обект на телевизионната изява в ефир. Като правило: в информационните емисии се съобщават новините, фактите и проблемите. В публицистиката – се коментира, разработва и анализира всестранно даден информационен повод от седмицат

в) *Художествени телевизионни участия*: реализират се в художествените телевизионни предавания – от обзорни културни програми до съвременни телевизионни формати – токшоу, тв игри и др.

Основни тв участия при художествените програми: те са също в две позиции – новинарски и обзорни предавания. В новините се показват позиции, които могат да бъдат и във формата на общи прессъобщения тип св при необходимост за ефирно присъствие в кадър на даден творец, като паралелно се подготвят и експертни участия в художествената група – като поведение на критици в определена културна област, които в кратка форма могат да покажат творческите постижения на даден творец. В обзорните културни предавания (подобно на публицистичните) в тематичен аспект се търси разширено участие на дадена тема.

Ефирното присъствие на събеседниците в художествените програми се разработва чрез екранни форми, които като тип тв изява опростяват специфичната терминология на дадено изкуство, като избират определен ракурс за неговото общопопулярно телевизионно излъчване.

Поведенческата телевизионна теория е с общ изследователски телевизионен показател екранната изява и в двете подкатегории – журналистическа и нежурналистическа. Разделението е по посока на определени допълнителни показатели, които влияят върху формирането на нежурналистическата част.

В исторически контекст тв пиар се развива с развитието на телевизионната среда у нас. Първоначално телевизионните понятия, свързани с пиар дейността се дефинират в няколко категории. „Средствата за масова информация и пропаганда, част от които са телевизията и радиото, обективно съществуват като самостоятелна социална система за събиране, преработване, запазване, предаване и възприемане на социалната информация, за осъществяване на информационен обмен в обществото.” (ИДА, ф. 206, оп. 12, а. е. 2, л. 5: Концепция за развитие на БТ и БР до 1990 г.). Тази самостоятелна социална система за събиране, преработване и предаване на информацията предшества дейностите на съвременния тв пиар. В периода преди 1989 г. комуникационните канали на разпространение на информацията най-общо се групират по следния начин: „постоянни”, добре структурирани (организирани) канали – информация от управленческите подсистеми на обществото, обществени организации, учреждения, документи, продукти на материалното производство, книги; „непостоянни”, слабо структурирани канали, (социално-дифузионни канали) – настроения, слухове, неофициални изказвания. Благодарение на това, че първата група канали са постоянни и добре организирани, всяко едно звено (структура) може да осъществи регулярни връзки с тях. При каналите от втора група е необходимо да се потърси взаимодействието с различни организации, осъществяващи наблюдение върху тях – например социологически центрове, институти по социалното обезпечаване на обществото. (ИДА, ф. 206, оп. 12, а. е. 2, л. 145: Тезиси за функционално-информационен модел на Българската телевизия и радио).

Постоянни и непостоянни комуникационни канали – при тях се изграждат връзките с обществеността. Първоначално са част от постоянните канали, а в съвременната среда непостоянните канали стават водещи постоянни комуникационни канали.

В медийната история средствата за масова комуникация са “непосредствено насочени към индивида, към социалната група. Докато индивидът участва чрез различните си социални роли в информационния обмен на обществените подсистеми, чрез средствата за масова информация се извършва цялостното му социализиране и приобщаване към ценностите на обществото. Средствата за масова информация третират медията като източник на информация за всички информационни процеси в обществото. По този начин средствата за масова комуникация “интегрират специализираните информации” на различните подсистеми в общ продукт, който може да се нарече

определение на понятието “информация” при средствата за масова информация. (ЦДА, ф. 206, оп. 12, а. е. 2, л. 135–136: Тезиси за функционално-информационен модел на Българската телевизия и радио). На тв екран информацията се разпространява чрез постоянните комуникационни канали. Анализира се в различни публицистични програми. За модел на публицистиката се използват и структурни форми от класическия пиар.

Исторически акценти на ТВ пресконференции на екрана

В телевизионната история тв пиар се обособява в различни структурни територии на тв екран. Първоначално от класическия пиар на тв екран се взимат класическата пресконференция. През 80-те години на миналия век се реализира чрез предаването „Пресконференция на БТ” като реален модел на пресконференция. Всеки участник в студиото има право на 10 минутно въстъпление преди същинското задаване на въпроси. На “Пресконференция БТ” присъстват винаги седем журналисти. Телевизионната схема на тв пиар е чрез въстъпление-въпроси-отговори. В практическото поведение пред камера схемата въстъпление-въпроси-отговори е основна. Тя се прилага при подготовката на тв участия и е част от работата на съвременните тв пиари.

Тв пиар и видовете тв участия

Поведението пред камера при различните телевизионни присъствия се изгражда както чрез общия инструментариум на екранната изразна система, така и чрез специфични компоненти спрямо отделните типове ефирна изява.

Монологични телевизионни участия – при т.нар. телевизионни речи и изявления по определен повод. Поведението пред камера при т.нар. монологични ефирни присъствия се характеризира с тв представяне, което е водещо при създаването на определен предварително създаден текст. Могат да са част от тв предавания при т.нар. въстъпления.

Диалогични телевизионни участия – включват екранни изяви в различните телевизионни предавания и формати. При този тип водещото поведение пред камера се характеризира с паралелно тв развитие на тези и водене на тв дискусия – във вид на спор,

диалог или друг тип телевизионна форма, за да се анализира определена тема, при която се регистрират присъствия в кадър на *група от събеседници*.

Телевизионни участия спрямо телевизионните журналисти – особености и същност. Този тип телевизионни изяви се характеризира с развитие по схемата: въпроси – отговори. Поведението пред камера се обособява на основата на поведенчески реакции спрямо зададените въпроси. Този тип екранно функциониране се осъществява чрез последователно разясняване на определена тема. Може да се влияе от журналистическия стил на телевизионните журналисти – участията на събеседниците се разработват спрямо типовете въпроси, които създават отделните тв водещи в предаванията, като съответно се съобразяват с тях.

В телевизионните предавания се използват главно този тип участия.

През 90-те години се развиват ТВ пресконференции по време на изборните студия в НДК.

През 90-те години на миналия век на тв екран тв пресконференции се развива във формат: встъпления-въпроси-отговори, като политическите пресконференции се предават пряко. Тази екранна форма е с непостоянен тв характер и се включва в тв програма само по време на избори. Тя е в основата на формирането на политически тв образи, които предварително се подготвят за този тип изява и реализират структурните елементи на поведението пред камера чрез тв пиар.

Телевизионни поведенчески участия в групата на нежурналистическите жанрове наричаме възможностите за осъществяване на т.нар. екранни представяния на тези, идеи, концепции и др., формирани от участниците в телевизионните програми. Подготовката при организиране на дадено поведение пред камера се характеризира в цялостно познаване на инструментариума на телевизионната специфика при различните типове изява. Телевизионните поведенчески участия се създават в последователен ред чрез поетапно разработване на текстовото развитие на ефирното присъствие в неговите базови компоненти – правила на телевизионно писане, формиране на тези по даден въпрос, телевизионни представяне на тезите, аргументиране, защитаване и прогнозиране

на този въпрос, както и цялостно визуално развитие в посока на защитаване на изработените тези.

Телевизионните поведенчески участия се изграждат на базата на общо създаване на поведение пред камера в зависимост от индивидуалните, личностните характеристики:

- Телевизионните поведенчески участия за елитарен тип тв участие – този вид се изработва на базата на екранно присъствие, което е насочено към определена аудиторна група, която не е от масов тип. Телевизионните послания се формират и изразяват на стил, близък до литературната или научна основа, с примери от различни сфери и използване на термини, които не са широко популярни, а телевизионното присъствие е в рамките на т.нар. протокол – официално представяне, без доближаване, конвергенция с масовата аудитория.
- Телевизионни поведенчески участия за масов тип тв изява – основава се изцяло на стила на изказа на разговорния стил, което доближава телевизионното представяне до масовото, популярно, ежедневно общуване, като акцент в телевизионната изява е конвергенция по линия на масовата аудитория.
- Телевизионните поведенчески участия за елитарно-масов тип тв поведение – този тип е смесен чрез редуване или употреба на предходните два в зависимост от конкретното телевизионно участие, като доминиращо ефирно присъствие е елитарното.
- Телевизионните поведенчески форми за масово-елитарен тип тв участие – и този тип е в групата на смесените, но с разликата, че доминантата е в посока на масовото представяне.

Подготовката за телевизионните изяви в ефир формира познание на основните телевизионни термини, правилата за писане, както и спецификата при различните типове участия в тв предавания. Въвеждането на понятието телевизионно участие се откроява при дефинирането на функциите на поведението пред камера по отношение на телевизионната програма. Екранното участие като процес се създава и функционира паралелно с

развитието на телевизионните организации. Изграждането на ефирното присъствие в кадър е съпроводено с познаването на различните видове телевизионна дейност, както и възможните типове телевизионни участия, които се разграничават по форма на представяне и обща подготовка.

Основните видове телевизионни участия се базират на телевизионната стандартизация, т.е. спрямо видовете главни екранни единици, в които се създават ТВ присъствия в кадър.

През 90-те години се развива ТВ пиар без журналисти – *ТВ парламентарен контрол*.

В телевизионната история се открояват няколко съществени промени в развитието на съвременния ТВ пиар. През 90-те години на миналия век с преките излъчвания по БНТ на парламентарния контрол ТВ участия развиват ТВ пиар по схемата: *изказване-реплика-дуплика*. Така на ТВ екран се развива и ТВ пиар на политическите образи на екрана. Формира се ефект на крайните, на финални образи. В периода на прехода медийните образи се създават на ТВ екран – без предварително формиране на ТВ образи от пиар специалисти. Първо се налага на телевизионния екран даден образ чрез неговото появяване в предаването, а след това пред ТВ зрители в различни предавания се развива и разработва. Така в периода на прехода ТВ образи се създават и развиват на ТВ екран. В периода на конкуренция ТВ изява е предварително подготвена; образите са предварително създадени и ТВ изява е краен продукт, а не начално представяне. Ако по време на прехода ефирните образи се формират на екрана пред зрителите, то в периода на конкуренцията формирането е част от предварителната дейност. На ТВ екран се представят, а не създават ТВ образи.

Телевизионните излъчвания на парламентарния контрол са преки и следват схемата на парламентарния ред – изказване, реплика, дуплика. За развитието на ТВ пиар на екрана се прилагат различни комуникативни умения. С развитието на политическата реч се развива и телевизионната реч в парламентарния контрол. Езикът на омразата през последните години в тази телевизионна форма открива доста съответствия в т.нар. методика „Murder Board“ („Трибунал на смъртта“), която се „свежда до разиграване на симулативна ситуация, в която даден субект – презентатор, автор на идеята и пр., се

поставя в изкуствено създадена враждебна обстановка, като целта е намирането на максимален брой слаби места в представяната идея и потенциални трудности при нейната реализация” (Стефанова, Събева 2016: 1). Нели Стефанова и Яна Събева обособяват няколко практико-приложни реторически тренинги по методиката, които са приложими и в тв пиар: *„Разработване на картотека от подвъпроси*. Представлява разделяне на конкретната темата на множество кратки подвъпроси. Целта е в хода на представянето темата да бъде развита детайлно, изчерпателно и систематично, като се засегнат всички гледни точки и свързани с нея аспекти; *Подготовка на кратки монолози по въпросите от разработената картотека*. В този процес се използват компетенциите на експерти от съответните предметни области. Впоследствие се преминава към заучаване и произнасяне на подготвените монологичните изказвания; *Отработване на похвата „словесна престрелка”*. Състои се в упражняване на уменията да се задават кратки, ясни въпроси и да се дават кратки, ясни отговори; *Отработване на „похвата Никсън”*. Представлява техника за измъкване от нежелан въпрос чрез умело преориентиране на получения въпрос към тематично най-близкия от предварително подготвената картотека; *Упражняване на провокативни въпроси*. Представляват въпроси, проблематизиращи истинността и правилността на изложените от опонента тези и аргументи. Този похват служи за формиране на бързи словесни рефлексии в диалога.” (Стефанова, Събева 2016: 3)

Тв пиар без журналисти се развива на тв екран през 90-те години в телевизионна форма на парламентарния контрол. Предават се пряко излъчвания от парламента, при които директно в ефир се осъществява тв изява, в която журналистите не са участници в процеса на комуникация.

Телевизионни участия спрямо други телевизионни участия – специфика и реализация. Екранната изява по модел участия – участия се характеризира не само с отговори на въпроси, а и с отстояване на тези. За разлика от предходната схема въпроси – отговори на тв журналисти, този тип изяви включват защита, аргументация, отговор на определена позиция, като паралелно се създават и реципрочни процеси на формиране на аргументи и тези в резултат на даване на отговор, който се поставя от друг участник (освен тв журналист) в телевизионните предавания. Така се създава стратегическа теза на участниците в тв предавания – тези аргументи стават аргументи и на едните, и на другите участници в дискусията, които изискват отговори на въпросите, които другите

представители са формирали, т.е. схемата е: въпрос на въпроса; отговор на отговора, който възниква в резултат на въпрос или отговор на друг събеседник в предаването. Развиват се еднотипни конструкции за формиране на тези и антитези. При този тип участия разработването на тези и определен тип тв представяне също може да се съобрази с конкретен тв формат и с другите участници в него.

При тв парламентарен контрол първоначално се развива тв реч от общ характер, която е неподготвена за тв екран. Доближава се по стилистика до т.нар. лалия – „специфична реторическа форма, която носи наименованието лалия (*λαλία*). Името на този тип реч идва от глагола *λαλέω* със значение „говоря“, „приказвам“, „бъбря“, „бърборя“, „лалам“, „говоря празни приказки“. Нейната основна цел е да въздейства емоционално на аудиторията.” (Петрински 2015: 2).

В най-ново тв време тв пиар без журналисти се развива в нова фаза – тв пиар без журналистическо участие – при използване на социалните мрежи, в които се реализират събития, без да се включват журналисти. Разпространяват се в социалните мрежи и от тях тв журналисти създават тв репортажи.

Аудио-визуални стратегии, практики, умения се променят през 2019 г. в развитието на политическите аудио-визуални практики. За европейските избори и изборите за кмет в София се откроява нов аудио-визуален елемент, който променя тв пиар. Телевизионният пиар чрез поведението пред камера се променят в дигитална среда. Аудио-визуалните стратегии дефинират ново организиране на събития. Аудио-визията става базов подход за предаване на живо в социалните мрежи. Премиерът Бойко Борисов по време на евроизборите направи основни не телевизионните си изяви, а аудио-визуалните събития в интернет. bTV през юни излъчват репортаж за живите излъчвания на Бойко Борисов: „Той направи рекорд от 9 преки включвания на личната си страница” (Цял ден във „Фейсбук”: Борисов предава „на живо“ как прави стрес тест на кметовете. <https://btvnovinite.bg>). Обявяването на кандидатурата на Мая Манолова за кмет на София също се осъществява чрез събитие, разпространено в първо в социалните мрежи без журналистическо отразяване, което се включва в новинарския поток чрез информация от интернет.

Сравнителната аудио-визуална теория откроява промени в комуникационните канали, чието деление на постоянни и непостоянни (в исторически контекст) се допълва с нови характеристики в най-новото медийно време.

Постоянните канали разпространяват информация от непостоянни публични канали като социалните мрежи. Пример е обявяването на кандидатурите на Йорданка Фандъкова и на Мая Манолова за кмет на София. Обявяването на кандидатурите на Мая Манолова и Йорданка Фандъкова за кмет на София се реализира с класически и нови аудио-визуални способи. При Манолова – събитие, разпространено в социалните мрежи без участието на журналисти, при Фандъкова – събитие чрез класическо медийно отразяване в метрото. Промяната е от водещ тв пиар във водещ аудио-визуален дигитален пиар. Телевизиите представят новината за Мая Манолова като тв репортаж, изграден чрез информация от социалните мрежи – без класическото журналистическо отразяване. Медийни агенции като „Фокус“ се позовават на Нова телевизия, цитирайки тв репортаж на медията: „Утре ще подам оставка като омбудсман, за да се кандидатирам за кмет на София“. Това заяви омбудсманът Мая Манолова по време на неформална среща с граждани, публични личности и НПО, предаде Нова телевизия (Мая Манолова: Утре ще подам оставка като омбудсман, за да се кандидатирам за кмет на София, <http://www.focus-news.net>).

В изследването се представиха основни екранни практики, които са част от тв пиар. Като цяло може да се обобщи: развитие на формата на тв пресконференции и развитие на тв пиар – без журналисти. Водещата аудио-визуална стратегия е основната роля на аудио-визуалния дигитален пиар. Съвременните комуникационни стратегии налагат нови практики, които макар и с непостоянен характер, очертават бъдещи стратегии за развитие на комуникациите, в които аудио-визията е с водещо значение.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Централен държавен архив 1990: Централен държавен архив, ф. 206, оп. 12, а. е. 2 (Концепция за развитие на БТ и БР до 1990 г.).

Централен държавен архив: Централен държавен архив, ф. 206, оп. 12, а. е. 2 (Тезиси за функционално-информационен модел на Българската телевизия и радио).

Петрински 2015: Петрински, Г. „Лалия“: „стендъп шоуто“ през късната Античност. – В: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 20, ноември 2015, последно посетен 26.11.2019, <<http://rhetoric.bg/>>.

Стефанова, Събева 2016: Стефанова, Н., Събева, Я., „Murder Board” и тренингите по реторика. – В: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 23, юли 2016, последно посетен 26.11.2019, <<http://rhetoric.bg/>>.

Манолова 2019: Мая Манолова. Утре ще подам оставка като омбудсман, за да се кандидатирам за кмет на София. *Агенция „Фокус“*, 02.09.2019, последно посетен 21.11.2019, <<http://www.focus-news.net/news/2019/09/02/2695110/ombudsmanat-maya-manolova-vlastta-nyama-da-me-spre-samo-mozhe-da-me-motivira.html>>.

Цял ден във „Фейсбук” 2019: Борисов предава „на живо“ как прави стрес тест на кметовете. – В: *btvnovinite.bg*, 2.06.2019, последно посетен 26.11.2019, <<https://btvnovinite.bg/bulgaria/cjal-den-vav-fejsbuk-borisov-predava-na-zhivo-kak-pravi-stres-test-na-kmetove.html>>

TELEVISION PR AND BEHAVIOR IN FRONT OF THE CAMERA – AUDIOVISUAL STRATEGIES, PRACTICES, SKILLS

Polya Ivanova, PhD, Associate professor, Sofia University St. Kliment Ohridski

Abstract

Several theoretical fields are elaborated in the study – television, TV PR, behaviour in front of the camera, comparative audiovisual theory. Indicators for assessment of media practices related the behavior in front of the camera and TV PR are developed. A general classification of TV PR is established.

Key words: television, TV PR, behavior in front of camera, comparative audiovisual theory.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Иванова, Поля. Телевизионен пиар и поведение пред камера. Аудио-визуални стратегии, практики, умения – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/11/tv-pr-and-behaviour/>>

Масовите отклонения от книжовноезиковите норми в медиите – грешки или нови норми?

Андреана Ефтимова

Резюме:

В речта се наблюдават явления, които се отклоняват от книжовноезиковата норма и се употребяват масово, т.е. представляват „масови“ грешки, които общуващите с течение на времето спират да оценяват като отклонение в езиковото си поведение. Обичайно такъв тип грешки се интерпретират като проява на ниска езикова култура и като остър дефицит в познаването на книжовноезиковите норми. Всъщност много вероятно е да става дума за промяна на нормата, която е настъпила, но все още не е намерила отражение в кодификационните документи. В статията се анализират масови грешки в медиите, които вече не се осъзнават като дефекти на устната реч.

Ключови думи:

масова грешка, норма, книжовен език, кодификация

Както е известно, нормата е изискване на общественото мнение за приемлива организация и употреба на езиковите средства – граматически и лексикални – и не съществува извън узуса. Норми имат всички езикови формации, но само нормата на книжовния език е кодифицирана. По този начин усещането за отклонение от нормата всъщност е усещане за отклонение от книжовноезиковите правила, които предписват „правилните“ езикови форми и употреби.

Благодарение на придобитите в процеса на езиковото обучение езиков усет и познания за нормативност в книжовноезиковото поведение, всеки участник в общуването успява да отсее правилните от неправилните речеви прояви по отношение на книжовноезиковата норма. Винаги обаче в речта се наблюдават явления, които се отклоняват от книжовноезиковата норма и се употребяват масово, т.е. представляват „масови“ грешки, които общуващите с течение на времето спират да оценяват като отклонение в езиковото си поведение. Обичайно такъв тип грешки се интерпретират като проява на ниска езикова култура и като остър дефицит в познаването на

книжовноезиковите норми. Всъщност много вероятно е да става дума за промяна на нормата, която е настъпила, но все още не е намерила отражение в кодификационните документи.

Разбира се, не всички езикови „масови“ грешки могат да се окачествят като промяна, настъпила в книжовноезиковата норма. Масовите отклонения по посока на използване на диалектни особености се наблюдават в определени региони и представляват по същество „вмешателство“, „проникване“ (най-често нежелано и неосъзнато) на диалектните норми в книжовноезиковите, или другояче казано – взаимодействие между диалектни и книжовноезикови норми. Съществуването на два основни наддиалектни типа устна реч – източно- и западнобългарски тип – е отбелязано от Ст. Буров като съществуване на две паралелни норми на книжовната устна реч, които според мнението на учения е време да бъдат признати за два стандарта на устната книжовна реч, за два книжовно-разговорни стила в рамките на единния български език (Буров 2012). Предложението заслужава внимание, тъй като масовите отклонения от диалектен произход, но получили наддиалектно разпространение в устната реч се възпроизвеждат и поне засега нито образованието, нито обществения натиск, нито дори личната възискателност са успели да ги отстранят от речта дори на високообразовани българи. Но все пак подчертавам, че става дума за *устната реч*. В обществената практика съжителството на три норми – две устни и една писмена – или на две паралелни писмени норми, успоредени с устните, би довело до сериозни затруднения в общуването. Студията на Ст. Буров обаче показва, че съществуването на масови отклонения от книжовноезиковите норми, които вече не са диалектно обособени и имат наддиалектно разпространение, се отчита в съвременните изследвания. Тези отклонения са част от речевата практика на езиковата общност по цялата езикова територия и заслужават повнимателен поглед и прочит, тъй като някои от тях вече не се осъзнават от говорещите като отклонения от правилата. Нещо повече. „Самият факт, че те (правилата – б.а.) трябва да бъдат набивани в главите, показва, че са чужди на естествения начин, по който езиковата система работи“ (Пинкър 2007: 442). Когато една грешка се разпространи толкова масово и се възприеме като правило, а не като изключение, тогава вероятно е време да се приеме, че конкретната езикова парадигма се е променила. Отстояването на правила, които никой не спазва, е съпротива срещу естественото развитие на езика. „Но

точно с такава надежда (запазване на нормите – б.а.) са се основавали академии – да пазят подстъпите към езика, да връщат бегълците обратно и да прокуждат чужденците; тяхната бдителност и усърдие обаче е всуе; звуците са твърде своеволни и гъвкави за законови ограничения; да се оковат сричките и да се затвори вятърът са все напразни усилия на гордостта, нежелаеща да съобрази желанията с възможностите си“ (Пинкър 2007: 480).

Социолингвистите отдавна са достигнали до твърдението, че “Масовата грешка е наложила се тенденция, която ние не сме усетили навреме и не сме реагирали своевременно да ѝ дадем път за свободна конкуренция” чрез допускането ѝ като дублетна форма (Виденов 2003). Тези тенденции си пробиват път в медиите и много често дразнещи грешки се оказват съвсем приемливо речево поведение за говорещите българския език като роден заради повторението им в медийната реч. Затова “виновни за масовите грешки са не масово грешащите, а кодификаторите, които не отчитат, че определени езикови тенденции вече са взели връх” (Върбанова 2013).

Вследствие на естествената, но и целенасочено направлявана тенденция към демократизация М. Виденов посочва две групи промени в езика и стила на медиите – граматически и стилистични. В настоящата статия няма да се обсъждат вече нееднократно обсъждани граматически промени в книжовния стандарт (все по-честа употреба на формите ходиме вм. ходим , въртъ вм. въртя; разколебаване на формите за означаване на лице – кого; отпадане на звателните форми; членуване и на географските названия и съществителните собствени имена и др.) (Виденов 2003: 221).

В резултат от двугодишен мониторинг на устна (понякога и писмена) реч в електронните медии и на журналистически текстове в печата се регистрират високочестотни отклонения, чието приемане като нормативни би показало приемането на изменението на цели граматически и фонетични парадигми. Масовите грешки могат да доведат до сериозни изменения в граматическата система на българския език, а както знаем, именно в нея промените настъпват най-бавно и с най-сериозна съпротива.

1. Фонетични и акцентни отклонения от книжовния стандарт

Колебания в ударението

■ бЮро вм. бюрО („На кафе“, НТВ, 26.04.2018)

■ свещено мИро вм. свещено мирО („Новините“, НТВ, 05.04.2018)

■ мИряни вм. мирЯни (многократна употреба)

■ метропОлита вм. метрополИта („Новините“, НТВ, 05.04.2018)

■ членовЕ вм. члЕнове (многократна употреба в новинарските телевизионни емисии)

Някои от акцентните отклонения все още не са достатъчно статистически значими, за да бъде подложена на проверка нормата при изговарянето на думите.

Билабиално „л“ вместо алвеодентално „л“ от типа пуанина, суънце, уокум и др. В журналистическата реч това явление е изключително често. В предаването „Семейни войни“ (НТВ, 02.08.2019 г.) при подаден от водещия стимул лучена участникът разбира учена и дава грешна асоциация, тъй като е съобразена със семантиката на думата, която е дешифрирана. С. Мицова и Г. Падарева-Илиева не класифицират явлението „като диалектна особеност, а като експанзивна, некоректна артикулация на територията на цялата страна със съответни последствия в правописа, семантиката и фонетичната система на българския език“ (Мицова, Падарева-Илиева 2016: 233).

Някои от тези промени предизвикват трудности в правописа и семантиката на думата и изказването. Примерите са посочени от изследователките:

Правописни грешки: клалзи, лай-фай, Константинопоу, палза и др.

Семантични грешки: алт – аут; получавам – поучавам; лобирам – обирам; блуза – буза; блуден – буден (пример Откакто зае този пост, се научи само да лобира/ обира) (Мицова, Падарева-Илиева 2016: 233).

Електронните медии задълбочават проблема според изследователките, тъй като задават норма, макар и некоректна, вследствие на устойчива тенденция в българската езикова ситуация (Мицова, Падарева-Илиева 2016: 233-236).

2. Граматически отклонения от книжовния стандарт

2.1. Освен споменатите граматически промени от М. Виденов резултат от масови отклонения е и **промяната в морфологичната парадигма на съществителните**

абстрактно-събитийни имена, които все по-често се използват в множествено число (вж. по-подробно Ефтимова 2015)[1]:

сечи, морбилите („Здравей, България!“, НТВ, 22.03.2017)

Как след тези ефири се прибираш вкъщи? („Комбина“, НТВ, 04.12.2016)

римейки („Денят започва с Г. Любенов“, БНТ, 14.02.2016)

не обичам такива показности („Здравей, България!“, НТВ, 27.06.2018)

кафе с различни видове алкохоли в него („На кафе“, НТВ, 29.06.2018)

Мария, която спасява животи/ пиша поезии („Здравей, България!“, НТВ, 21.01.2016)

реваниши („Новини – спорт“, НТВ, 14.12.2015)

хора с едни такива огромни физику (Сутрешен блок, BG on AIR, 25.05.2018)

джакпоти (Националната лотария)

Прокуратурата поиска имунитетите на 6-ма депутати („Здравей, България!“, НТВ, 09.11.2018 г.)

2.2. Разколебаването на употребата на бройната форма на множественото число при съществителните имена от мъжки род за нелица рефлектира върху условията за употреба на множествените форми на всички съществителни имена и на числителните мъжколични форми.

Над 3000 снегорини ще чистят пътя („Новините“, НТВ, 24.10.2016)

двама легенди (за лица от мъжки пол) („Тази събота и неделя“, Диана Любенова, bTV, 12.03.2016)

над 800 българина („Новините“, НТВ, 08.06.2018)

12 спектакли (Култура.бг, БНТ, 19.10.2018)

След няколко случая на саморазправа... (Новините, bTV, 02.01.2019)

2.3. Пълно разколебаване на граматичното правило може да се отбележи и при употребата на притежателни възвратни местоимения, които са изместени от кратките и пълните форми на притежателните местоимения.

Не възпитавате децата Ви в съпричастно отношение („На твоето място“, BG on AIR, 17.04.2016)

Млада жена е застреляна в дома ѝ в София (Новините, НТВ, 29.10.2018)

2.4. **Съгласуването** в словосъчетанието и изречението не според граматическия род на думата, а според естествения пол на референта се превръща в нормална речева практика. (Исключение от тази тенденция правят названията за професии, занятия и звания/титли, при които по-предпочитани са мъжколичните форми при обозначаване на референти с естествен женски пол.)

Свалиха дете от автобус, защото нямал точно пари (Vesti.bg, 03.02.2018)

Емблематичен е примерът от 2013 г., когато в Парагвай 10-годишно момиче забременява след изнасилване от доведения си баща. Въпреки риска за физическото и психичното ѝ здраве властите в страната категорично отказват да ѝ разрешат да се прекъсне бременността (Бела Чолакова, „Всяка година 2 хиляди български ученички правят аборт“, „168 часа“, 14-20.10.2016, 48-49 с.)

Това момиче е изключително. Тя сега ще ми се обиди, но на 46 години изглежда превъзходно („Събуди се“, Мон Дьо, НТВ, 07.02.2016).

15-годишно момиче е приета в монтанската болница (Новините, НТВ, 23.09.2019)

Той беше обвинен от модел, че я е изнасилвил в Париж (Новините, НТВ, 09.08.2019)

Момчето сам поправя трабантите („Събуди се“, НТВ, 18.08.2019)

...в болничната стая, в която е настанен охраната („Здравей, България!“, НТВ, 25.05.2017) – става дума за мъж, който е охранител

Първата ни ракета е четвърти в света (за Григор Димитров) („Спортните новини“, НТВ, 15.11.2017)

Предпочитание на мъжколични форми за професии, звания и т.н.

Директорът на гимназията разбрала („Новините“, НТВ, 24.10.2016) – естественият пол на референта е женски

„Все още съм жива“, отговори 90-годишния монарх (за кралицата на Англия) („Новините“, bTV, 28.06.2016)[2]

2.5. Едно синтактично отклонение – **дублирането на допълнението** от главното изречение в подчиненото определително изречение вече в службата на подлог, започва да се превръща в синтактична норма не само в устната, но и в писмената реч:

Говорим за психологически и екзистенциални нагласи към света, които нагласи влияят на усеждането за скърцане (в. „К“, бр. 1(1), година I, 5.10.2018, с.10)

Заслужава си да подложим на по-задълбочена дискусия масовите грешки и да анализираме по-внимателно причините за тяхната проява. Би следвало да се постави и въпросът дали те да станат нормативни само за устната, или и за писмената реч, защото всеизвестно е, че „Непоследователностите, причинени от ограниченията на краткосрочната памет и необходимостта от планиране, които са незабележими при устен разговор, вече не са толкова невинни върху листа хартия, който ще се изучава на спокойствие“ (Пинкър 2007: 483).

Вероятно някои от тези процеси са стигнали твърде далеч и не могат да бъдат преустановени, но „Някои неща в начина, по който хората се изразяват в определени ситуации, си струва да се опитваме да променим“ (Пинкър 2007: 480). Ето защо дискусията не бива да спира.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Буров 2012: Буров, Ст. Две норми на българската устна книжовна реч // Електронно списание LiterNet, 07.11.2012, № 11 (156). Available from: <https://litenet.bg/publish28/stoian-burov/dve-normi.htm>

Виденов 2003: Виденов, М. По въпроса за “масовата грешка” в речта на съвременната българска интелигенция. // Електронно списание LiterNet, 13.06.2003, № 6 (43). Available from: <https://litenet.bg/publish3/mvidenov/masovata.htm>

Върбанова 2013: Върбанова, П. Българският език днес – между разума и чувствата, между миналото и интернет, 2013 // Блогът на Павлина Available from: <https://pavlinav.wordpress.com/2014/10/08/1-72/>

Ефтимова 2015: Ефтимова, А. Множественото число на абстрактните съществителни имена в съвременните български медии // *Дзяло*, X-XX в. год. III, 2015, брой 6; ISSN 1314-9067.

Мицова, Падарева-Илиева 2016: Мицова, С., Г. Падарева-Илиева. Тенденции в изговора на алвеоденталната съгласна Л в съвременната българска реч // Проблеми на социолингвистиката. Езикова ситуация – състояние и тенденции. Съст. А. Ангелов, Кр. Алексова, К. Цанков, К. Исса, Цв. Венкова, Д. Апостолова, И. Гегова. Т. 12, София: Международно социолингвистическо дружество, 2016, 232-236.

Пинкър 2007: Пинкър, С. Езиковият инстинкт. Как умът създава езика, София: Изток-Запад, 2007.

[1] Промяната е регистрирана не само в медиите, което подсказва, че е започнала във всекидневното общуване и е допусната в медиите като резултат от съзнателната езикова политика на демократизиране:

Болестното явление на съвременното общество, което цели позитиви и харесвания, води до фатални краища, които според мен са едни от най-плашещите неща в двадесет и първи век (журналистически студентски коментар);

България има славно минало, а историите за героизмите на апостолите са запазени в съзнанието на хората (кандидатстудентски текст).

[2] Примерите отразяват съгласуване по естествен пол, тъй като прилагателното „жива“ и причастието „разбрала“ реферират към жени (във второто изречение е налице цитат и друг вариант е невъзможен). В двете изречения по-дискуссионна е употребата на названията за звания и позиции в мъжки род.

Mass deviations from literary standards in the media – mistakes or new norms?

Andreana Eftimova

Professor, DSc, Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University “St. Kliment Ohridski”

Abstract:

In speech, there are phenomena that deviate from the literary norm and are widely used, ie. represent „mass“ errors that communicators over time stop evaluating as a deviation in their linguistic behavior. Typically, this type of errors is interpreted as a manifestation of a low

linguistic culture and as a severe deficiency in literacy. In fact, it is very likely that this is a rule change that has occurred, but has not yet been reflected in the codification documents. The article analyzes mass mistakes in the media that are no longer recognized as defects in speech.

Key words: mass error, norm, literary language, codification

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Ефтимова, Андреана. Масовите отклонения от книжовноезиковите норми в медиите – грешки или нови норми? – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 26 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/26/common-deviations-from-the-literary-norms/>>

Реторически техники в парламентарните дебати

Борис Ценов

Резюме:

В статията се анализира прилагането на реторическите техники „възвратен удар“ и „реторичен диалог“ по време на парламентарни дебати. Основна теза на автора е, че умелото прилагане на реторични техники невинаги допринася за убеждаване в ораторската теза, но предизвиква дискусия и въздейства върху аудиторията. Основните теоретични понятия са разгледани в първата част на текста, след което са анализирани откъси от два парламентарни дебати, по време на които са приложени техниките на възвратния удар и реторичния диалог. Проследявайки развитието на дебатите и резултатите от тях, авторът доказва тезата си, че използването на реторическите техники при защита на ораторската теза не е достатъчно условие за промяна на нагласите на аудиторията, но предизвиква дискусия и внушава идеи.

Ключови думи:

парламентарни дебати, политическа реторика, възвратен удар, реторичен диалог

Присъединяването на България към западните политикоикономически и военнополитически блокове е приоритет във външната политика след 1990 г. Перспективата, приемана първоначално като немислима, с времето става все по-важна, докато в разглеждания в настоящото изследване период се превръща в главен и неотменим външнополитически приоритет. Предприемат се и промени във вътрешната политика, тъй като условията за присъединяване, поставяни пред страните-членки, включват адаптиране на националното законодателство и управленски практики към тези на блоковете. Предусловия за извършването на тези промени са промяната в геополитическия курс и в националната политика на страната кандидат-член. Тези условия в България се създават през пролетта на 1997 г., когато новоизбраното правителство ясно заявява, че страната ще следва западния модел на развитие и провежда твърда политика по изграждане на този модел.

След възприемането на новия курс на развитие, обект на дискусии в Народното събрание са политиките на страната както във външно-, така и във вътрешнополитически план. В настоящата разработка са изследвани части от два класически парламентарни дебати: по изпълнението на препоръки от външнополитическо естество от 1998 г. и по приемането на военната доктрина на страната от 1999 г. Обект на изследването са реторическите техники възвратен удар и реторичен диалог, приложени от народния представител Елена Поптодорова по време на тези дебати и ефективността, която имат в убеждаването на аудиторията в ораторската теза.

Разглежданите прения са класически пример за парламентарни дебати, при които е налице публична съпоставка на тези в условия на директна конфронтация между страните, които притежават аргументативни специфики и се арбитрират от колективен субект – политическа аудитория (Стефанова 2015: 218), каквато в случая са депутатите от 38-то Народно събрание. Изказванията от парламентарната трибуна са традиционно средство на политическото красноречие, с чието изследване, съгласно определението на Нели Стефанова (Стефанова 2015: 213) се занимава политическата реторика. Авторката посочва още, че политическата дейност се реализира чрез специфични комуникативни форми, а онова, което обединява политиката и реториката са властовите отношения (пак там, с. 97). В този смисъл особеност в политическата ситуация в България в изследвания период, която има отражение върху парламентарните дебати и върху ефективността на използваните средства за убеждаване на аудиторията, е пълното мнозинство на управляващата партия, което ѝ позволява провеждането на управленска политика, напълно независеща от мнението и съответно от аргументацията на коалиционни или опозиционни партии.

Тази особеност проличава ясно по време на дебатите, инициирани от опозиционния народен представител Елена Поптодорова с питане относно препоръките, съдържащи се в Информационния доклад за България на Парламентарната асамблея на Съвета на Европа, проведени на 9-ти октомври и 16-ти октомври 1998 г. Питането анализира заключенията на доклада и причините за тях, отчита положителните и отрицателните бележки и завършва с въпроса:

ч.,*Как правителството ще изпълни препоръките на Комисията по наблюдение на спазване на задълженията на страните-членки на Съвета на Европа, съдържащи се в информационния доклад, който бе обсъден в Парламентарната асамблея на 21 септември т. г.?*“[1]

Въпреки обективния анализ и приложената двустранна аргументация, обосноваваща питането, министър-председателят Иван Костов започва да прилага характерната за политическите дебати стратегия на изграждане на разделителна линия между себе си и опонента, прилагайки манипулативни техники и интерпретации извън контекста. Премиерът започва отговора си директно с аргумент *ad hominem*, иронизирайки питането, лична нападка към опонента, нямаща връзка с питането. Изказването е допълнено с блестящи обобщения (Стефанова 2015: 54), без конкретна информация по същество. Казва Иван Костов:

„Уважаеми колеги народни представители, уважаема госпожо Поптодорова! (...) искам отново да изложа какви са правомощията на правителството и как е структуриран диалогът с Европейския съюз, тъй като в противен случай поради гласовитостта ви в обществото може да се остане с впечатление, че едва ли не този доклад и вашата дейност около него са основният канал, по който България води диалога с Европейския съюз. Такава представа ще бъде абсолютно несъстоятелна. (...) Чух, че всички оценяват като изключителен – това е терминът – напредъка, който нашата страна е извършила по всички направления, по които се води този структуриран диалог. Това се отнася за изключителния напредък, отново подчертавам забележителен напредък в областта на икономическата политика, в политиката на финансовата стабилизация, в политиката на възприемане на европейското законодателство и т.н. (...) Още един път обаче обръщам вниманието на Народното събрание и към това, че докладът на ПАСЕ е и доклад, отправен към Народното събрание. Народното събрание също трябва да вземе своите мерки, също трябва да прецени доклада така, че да направи своята работа съответстваща на тези препоръки (подчертаното мое – Б. Ц)“.[2]

Манипулативните техники, използвани от премиера в процеса на аргументация, не постигат търсения ефект на логическа диверсия (пак там, с. 147). Напротив, питащият депутат използва *техниката на възвратния удар*, връщайки с добавъчна сила ироничните бележки към цялата управляваща партия и към министър-председателя, след което връща вниманието на аудиторията към въпроса по същество. Казва Елена Поптодорова:

„По отношение на гласовитостта – тежко и горко на едно мнозинство, което може да бъде заглушено от един глас. И може би тук е мястото да благодаря на министър-председателя за признанието, което той ми направи в печата: за това, че този един глас, видите ли, може да определи мнението в Европа. Да се замисли мнозинството върху това. Аз за себе си мога да имам само лично удовлетворение. Оттук нататък по отношение на Европейския съюз и началото на преговорите фактите говорят по-добре от интерпретациите. И фактите са, че пет държави вече имат начало на преговорите, имат дата. Когато България получи дата за начало на преговорите, нека министър-председателят да използва речника на „Работническо дело“ и да говори за забележителните успехи, невъобразимите постижения и бляскавото развитие на страната. Но не преди насрочването на тази дата. (...) Двамата ми допълнителни въпроса са: Какви действия ще предприеме министър-председателят (подчертаното мое – Б. Ц.)“.[3]

Министър-председателят продължава дебатите по избраната разделителна стратегия, отново прилагайки манипулативната техника на личната нападка:

*„Уважаеми дами и господа народни представители, уважаема госпожо Поптодорова! За това, че тези пет страни получиха покана, а България не получи покана да започне преговори, **Вие трябва да се попитате и за Вашата лична отговорност.** Къде стояхте през есента и зимата на 1996 г. в парламента? Кого подкрепяхте със своя глас? **Вие носите отговорност заедно с цялото управляващо мнозинство за катастрофата,** която преживя България. Една страна, която през 1996 г. в края и началото на 1997 г. е тежко политически и финансово-икономически **катастрофирала, включително с Вашата лична подкрепа,** не може да претендира да получи покана за членство в*

Европейския съюз в следващата и по-следващата година и това трябва да Ви е абсолютно ясно... (подчертаното мое – Б. Ц.)“.[4]

Тази стратегия улеснява още повече опонента Елена Поптодорова, която отново използва възвратния удар, демонстрирайки несъстоятелността и неефективността ѝ. Успоредно с ефектното използване на тези реторически похвати, г-жа Поптодорова успява да деперсонализира спора, прилагайки отново двустранната аргументация и връщайки въпроса по същество:

*„...Стигнахме отново до **последния аргумент, издаващ управленска импотентност** – сравняване с провала на предишните. Ако господин министър-председателят иска да сравнява себе си с Жан Виденов, той може да го направи. Отново **трябва да му благодаря, че ме издига до ранга на министър-председател**, вменявайки ми лична отговорност. Все още не съм, дай Боже да бъда!, и ще бъда сигурно по-добре.(...)“ Аз сега ще връча на министър-председателя този доклад, за да види какво съдържа той, и за да не се окаже, че е подведен от своите сътрудници. Накрая искам да кажа и още нещо. Аз **разбирам амбицията на министър-председателя да бъде силен ръководител на партия. И той е такъв. И аз много сериозно, въпреки размяната на репликите, изказвам уважението си към начина, по който той ръководи своята партия. Но аз мисля, че един министър-председател има по-висока длъжност от тази – да бъде силен ръководител на своята държава. Затова аз му предлагам да обърне приоритетите си – не първо силен партийен лидер, а след това по възможност и европейски лидер на държавата си, а обратно – силен европейски лидер на България, заради България, а оттам ще дойде и силата му в собствената му партия. Правя това с най-добри чувства и, както казах, връчвам оригинала, дано да може лично да се ползва от него и да не разчита на интерпретации на незаинтересовани лица** (подчертаното мое – Б. Ц.)“.[5]*

Ефективността на умелата аргументация на защитаващите тези не оказва влияние върху нагласите на аудиторията. За ефективността не допринася и агресивният стил, чиито основен смисъл Донка Александрова определя като призив за борба с противника,

който поставя в опасност нашата действителност (Александрова 2013: 248). Нещо повече, дискусията, проведена след гореизложените примери, е ясен индикатор за това, че аудиторията не взема предвид въпросите и аргументите, поставени от Поптодорова. Най-добрата илюстрация за това са думите на самата Елена Поптодорова в края на дебатите на 16-ти октомври 1998 г.:

„Аз съм силно разтревожена от начина, по който премина днешната дискусия по доклада на Съвета на Европа. Абсолютно отсъствие на европейско чувство, на европейска ангажираност, на европейска отговорност. Нито един отговор на конкретните въпроси, които бяха поставени тук. Всичко се изрази в лични обвинения, в клевети, признавам, за мен слизащи под средното интелектуално равнище, за което трябва да претендира един политик. Затова именно и аз не давам пряк отговор. Нямам общ език с равнището на тези хора, които ги отправяха. (...) И докато не се възпита лично уважение дори и към опонента и той да бъде уважен за неговото различие, а не да бъде принижен до равнището на една, бих казала, съвсем махленска кавга, в каквата се опитаха да превърнат мнозинството тук днешния дебат, то наистина шансовете ни далеч не са големи...“.[6]

Техниката на реторичния диалог Елена Поптодорова прилага в същото 38-мо Народно събрание, при обсъждането на проект за решение за приемане на Военната доктрина на страната, на 8-ми април 1999 г. В изказването си пред народните представители Поптодорова защитава тезата за необходимост от сериозна и ефективна реформа на въоръжените сили в съответствие с важността, сложността и трудността на изпълняваните от тях задачи по отбраната, прилагайки логическа и реторическа аргументация. Наред с фактите за промяната в геополитическите отношения, в заплахите пред сигурността и статистическите данни за лошото състояние на въоръжените сили, са използвани и техника на контраст и аналогия, но най-вече реторичен диалог, който Герасим Петрински определя като стилистична фигура, при която ораторът задава въпрос и след кратка пауза, необходима на аудиторията да осмисли въведения по този начин нов проблем, си отговаря сам (Петрински 2014: 278). Казва Елена Поптодорова:

„...Очевидно е, че Военната доктрина трябва да осъществи връзката между военната политика на държавата и военната стратегия. Но значи ли това, че тя е насочена към днешния момент? Аз твърдя, че не.“

„Аз питам в днешните условия на конфликт за каква реална боеспособност на армията можем да говорим и за каква реална гаранция на сигурността можем да говорим? Очевидно случаят не е такъв.“

„Можем ли ние със собствената си компетентност да определяме числеността на Въоръжените сили на страната? Аз за себе си давам отговор „не“. И се опасявам, че този отговор се разпростира за мнозинството от народните представители, огромното мнозинство.“

„Но какво се случва с хората, които напускат армията? Това е големият въпрос, който би трябвало да бъде не само въпрос за нас, тъй като отговаряме пред избирателите си, но трябва да бъде въпрос и за Министерството на отбраната, и за Генералния щаб, и за правителството (подчертаното мое – Б. Ц.)“.[7]

Фигурата е използвана неколkokратно на ключови места в текста, маркираща акцентите в отделните абзаци. Въпросите подчертават важни елементи от различните аспекти на сигурността и въоръжените сили, подготвят аудиторията за проблема и за предлаганото решение. В два от случаите преди въпросите е представена статистическа информация, която подсилва реторическия им ефект. Успоредно с останалите фактори, определящи хода на дискусиата: сериозността на обсъждания проблем, липсата на явна директна конфронтация и подкрепата от други политически сили, умелото прилагане на реторическия диалог допринася за приемането на предложението, направено от името на Елена Поптодорова.

Предвид всичко изложено дотук, може да се направи обобщение, че ефективността в убеждаване на аудиторията в ораторската теза в съвременните парламентарни дебати не зависи единствено от добре построената аргументация и умелото използване на реторическите техники. Когато е налице т.нар. „пълна устойчивост на мненията“ (Льобон 2014: 131), за вземането на решения от арбитъра, който в случая се явяват депутатите в пленарната зала на Народното събрание, върху убеждението влияят ред други фактори, включително, както е показано в първия изследван дебат, аргумента към верността (Стефанова 2015: 32). Във всеки случай, предвид провокирането на дебати със самия

министър председател и прокарването на промяна в стратегически документ, талантливият, интелигентен и опитен оратор, умело прилагащ техниките на реторическата аргументация, постига целта на парламентарното говорене, с което, според Гиньо Ганев, е свързано умението не просто да се говори (и още по-малко – да се говори просто!), а да се дискутира, да се въздейства и да се убеждава (Ганев 2000: 10).

БИБЛИОГРАФИЯ:

Александрова 2013: Александрова, Д. *Основи на реториката*. София: Университетско издателство Св. Климент Охридски, 2013.

Ганев 2000: Ганев, Г. *Парламентарен говор и безмълвие*. София: Пигмалион, 2000.

Петрински 2014: Петрински, Г. *Късноантична и византийска канонична реторика*. София: УИ Св. Климент Охридски, 2014.

Лъобон 2014: Лъобон Г. *Психология на тълпите*. София: Асеновци, 2014.

Стефанова 2015: Стефанова, Н. *Кратък терминологичен справочник по обща и политическа реторика*. София: Университетско издателство Св. Климент Охридски, 2015.

Стефанова 2017: Стефанова, Н. *Политическа реторика. Съвременни тенденции*. София: УИ Св. Климент Охридски, 2017.

Тридесет и осмо Народно събрание 1998: Стенограма от заседание на 09.10.1998 г., последно посетен на 10.09.2019, <<http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/6/ID/1159>>.

Тридесет и осмо Народно събрание 1998: Стенограма от заседание на 16.10.1998 г., последно посетен на 10.09.2019, <<http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/6/ID/1409>>.

Тридесет и осмо Народно събрание 1999: Стенограма от заседание на 08.04.1999 г., последно посетен на 10.09.2019, <<http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/6/ID/1083>>.

[1] Стенограма от заседание на Народното събрание от 09.10.1998 г., достъпна на <http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/6/ID/1159>, прегледана на 10.09.2019 г.

[2] Пак там.

[3] Пак там

[4] Пак там

[5] Пак там

[6] Стенограма от заседание на Народното събрание от 16.10.1998 г., достъпна на <http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/6/ID/1409>, прегледана на 10.09.2019 г.

RHETORICAL TECHNIQUES IN PARLIAMENTARY DEBATES

Boris Tsenov

PhD student at the Department of Rhetoric, Faculty of Philosophy, Sofia University 'St. Kliment Ohridski'

Abstract: the article examines the application of sibi ipsi responsio and rhetorical dialogue in parliamentary debates. It represents the author's view that the skillful use of rhetorical techniques does not in all cases contribute to convincing the audience of the speaker's proposition, but provokes discussion and influences the audience. The text consists of basic theoretical concepts, followed by analyzes of parts of two parliamentary debates in which sibi ipse responsio and rhetorical dialogue are used. Following the development of the debates and their results, the author proves his thesis that adroit use of rhetorical techniques is not a sufficient condition to change the attitudes of the audience, but arouses discussions and suggests ideass.

Key words: parliamentary debates, political rhetoric, sibi ipsi responsio, rhetorical dialogue

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Ценов, Борис. Реторически техники в парламентарните дебати – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически практики]. ISSN 2535-0587.
<<http://medialinguistics.com/2020/01/31/rhetorical-techniques-in-parliament/>>

Прякото онлайн излъчване (live streaming) от министър-председателя във фейсбук като инструмент за комуникация. Някои реторически и комуникационни аспекти

Пенка Василева-Георгиева

Резюме:

Настоящото изследване цели да направи преглед на някои реторически и комуникационни аспекти на прякото онлайн излъчване (live streaming). Форматът се използва от министър-председателя при пътуванията му с автомобил, при които той излъчва на живо от автомобила разговорите със събеседниците си, документиращ работния си ден, отразява свои служебни посещения и срещи. Хипотезата, от която изследването изхожда, е, че прякото онлайн излъчване има по-голям реторически, комуникационен, медийен и пиар-потенциал, може да постига убеждаване, представлява средство за политическо влияние и има редица предимства пред традиционните форми на публична комуникация.

Ключови думи:

пряко онлайн излъчване, реторика, публична комуникация, политически дневен ред

Въведение

В практиката на публичната си комуникация министър-председателят Бойко Борисов използва все по-активно прякото онлайн излъчване (live streaming), с което стана първият високопоставен български политик от този ранг, възползващ се от високите технологии и инструментите на социалните мрежи за целите на политическото убеждаване.

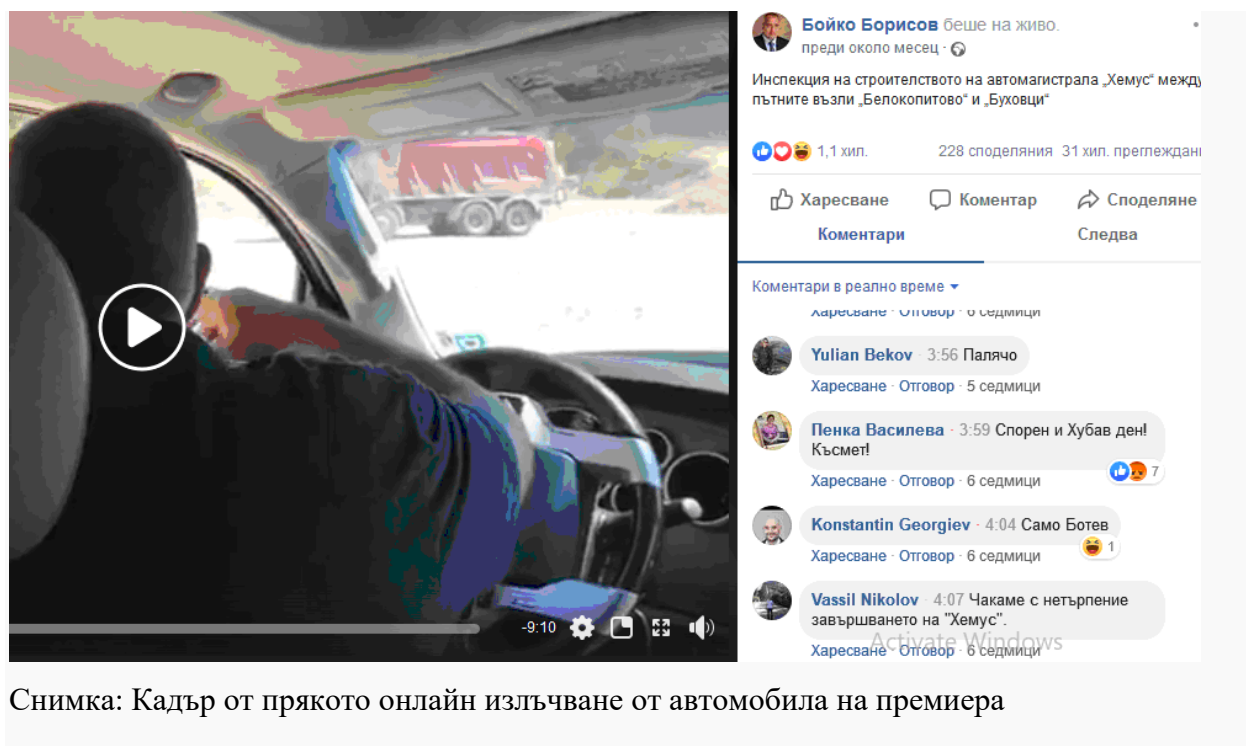
Тази нова форма на документиране на политическата му активност се наложи като инструмент в публичната му комуникация и постави въпроси от реторическо, медийно и комуникативно естество. Те са свързани главно с потенциала на живото излъчване да постига реторически, медийни и комуникационни цели, но под условието да произтичат от политическа целесъобразност и в същото време да отразяват личния комуникационен стил на премиера. Подчертаваме това, защото изводите в настоящия доклад няма да

считаме за общовалидни за живите излъчвания на всички политици, а за съотнесими единствено и само към живите излъчвания на премиера през неговата страница във Фейсбук.

Нямаме основания да се съмняваме, че живото излъчване през страницата на премиера в социалната мрежа постига ефекти и от трите вида – реторически, медийни и комуникационни. Прякото онлайн излъчване постига убеждаване и доверие, налага политически дневен ред, може да бъде признато като източник на новини, съдържа характеристики на политическа агитация и партийна пропаганда, въздейства върху репутацията и публичния образ на премиера и мултиплицира мрежи от нови комуникационни процеси.

Настоящото изследване, доколкото е представено в рамките на практически тренинг, изхожда от хипотезата, че живите излъчвания от автомобила на премиера са мощно средство за въздействие, а спрямо традиционните комуникационни форми и жанрове, които той използва – изявление, реч, коментар за медии, съобщение в социални мрежи, прессъобщение, интервю, снимки, видео, стенограми от заседания и др. – представлява много ефективен инструмент за комуникация, убеждаване, лансиране на политически дневен ред и новини.

Обект на настоящото изследване, представено в програмата на Форума по практическа реторика „Семинар – реторически тренинги”, проведен в София на 27 септември 2019 г., е именно такова пряко онлайн-излъчване от страницата в социалната мрежа Фейсбук на премиера Бойко Борисов, в което се отразява посещението му на участък от Автомагистрала „Хемус” (Пътен възел „Белокопитово” – Пътен възел „Буховци”). То е реализирано на 14 август 2019 г.[1]



Снимка: Кадър от прякото онлайн излъчване от автомобила на премиера

Комуникационни аспекти

В качеството си на комуникационна форма излъчването е видео-формат, който представя в реално време премиера и неговата работа. По същество форматът е видео-документиране на живо от автомобила на премиера, докато самият премиер шофира и представя пътния участък, обект на инспекцията на 14 август 2019 г.

Прякото онлайн предаване на пътуването, диалозите и монолозите вътре в автомобила, срещите с трети лица, които премиерът прави, спирайки автомобил си, и разговорите с тях, се документират и се излъчват на живо от друг служител, който е вътре в автомобила.

Премиерът шофира, а до и зад него в автомобила са министри и други длъжностни лица. В рамките на разговорите си премиерът обявява тема от политическия дневен ред – изграждането на инфраструктура, както и съобщава новината, че е напълно готов виадукт от 207 метра на 16-километровото трасе на Автомагистрала „Хемус“.

Малко след това премиерът оповестява, че при археологическите разкопки на трасето са открити ценни артефакти, което е предизвикало удължаване на срока на строителството с два месеца повече от предвиденото.

Премиерът анонсира също, че до един месец ще се въведат в експлоатация десет километра от участъка на Автомагистрала „Хемус“ до изхода за „Боаза“.

Като компонент от публичната комуникация прякото излъчване е видео-комуникация, излъчвана чрез технологията на социалната мрежа Фейсбук (live streaming), посредством смартфон (и/ или камера).

При нея комуникаторите са различни – премиерът и спътниците му, а аудиторията – и пряка, в лицето на возещите се в автомобила, и непряка – в лицето на потребителите на мрежата, отговарящи с коментари, харесвания, ангажирания, споделяния.

Това е комуникация, утвърждаваща политическите приоритети на премиера и неговите подчинени и налагаща техните управленски ценности и подходи. В комуникацията се използва емоционална реторика, различни видове убеждаващи техники, различни по вид аргументи, реторически фигури и тропи, но и символика и средства от технологичния инструментариум на социалната мрежа Фейсбук – харесвания, коментари, споделяния, ангажирания, емотикони и др.

Реторически аспекти

Монологизъм, диалогизъм, невербална комуникация

В хронологичен ред, в рамките на излъчването, могат да се изолират отделни монологични формати. Сред тях носещият фактологичната информация за обекта е монологът на заместник-министъра на регионалното развитие и благоустройството Николай Нанков, който е един от пътниците в автомобила. Нанков съобщава фактите, инженерните детайли, точния обем на извършените и предстоящи дейности, сроковете, етапите, стойността на обекта и други, с които по силата на длъжността си е запознат.

Вторият монолог е на премиера Бойко Борисов, който, чрез реплики като „Гледай сега колко ни е красива държавата и колко трудно се строи!”, „Погледни горе колко камък, колко нещо...” и други, използва живото излъчване, за да подчертае значението на проекта за икономиката на страната, важността на резултатите и усилията на администрацията за изграждането му.

Успоредно с монологите обаче, се проявяват и диалогични формати между премиера и работници и строители, при които той спира автомобила, за да разговаря с тях; както и между премиера и длъжностните лица, които той вози в автомобила. В няколко последователни диалога премиерът разговаря с работниците и изпълнителите на обекта, като задава въпроси, свързани с техническото обезпечаване на строителната площадка,

наличната техника, сроковете, терена, условията и др. Борисов пряко се обръща към конкретен събеседник на собствено име и с поканата: „Ела да те видя!”, чрез което постига и репутационни предимства, подсилвайки традиционния си образ на „човека от народа”.

Допълнителен елемент на автентичност в живота излъчване е музиката, която звучи от радиостанция в автомобила, представляваща песни на български изпълнители, шумът от движещия се автомобил, звуци от пътуването при отворени прозорци, шумове от строителната механизация наблизо, звънящи телефони на пътуващите в автомобила. Те придават документалност на работния ден на премиера и неговите подчинени и внушават непосредственост и непринуденост на ситуациите – ефекти, които несъмнено са търсени при прякото онлайн излъчване.

Елементите от невербалната комуникация както при оратора, така и при спътниците му, също допринасят за ефективността на прякото онлайн излъчване. Така например заместник-министърът Николай Нанков е поставил ръка на отворения прозорец до седалката си, докато излага фактите за обекта, с което подсилва внушението, че е „в свои води” по темата, тоест демонстрира компетентност и висока информираност относно всички технически детайли на проекта. Премиерът е по фланелка с къс ръкав, без сако, като разговаря със събеседниците си в колата с гръб към тях, а към работниците и изпълнителите се обръща на „ти”, ръкува се с тях през отворения си прозорец, спирайки автомобила, в едни случаи, а в други – пряко, като слиза от автомобила и отива при строителите, гостите и журналистите на площадката.

Прякото онлайн излъчване показва и всички нарушения на закона и нормативите при показаното посещение на обекта – липсата на лични предпазни средства на външните за обекта лица – премиер, министри, длъжностни лица, журналисти и други; липсата на предпазни колани при шофирането; шофиране на автомобила не от лице от НСО; неизвършването на задължителния инструктаж за безопасност на присъстващите. Това се забелязва от някои от коментиращите излъчването потребители в социалната мрежа, които изразяват критични или неутрални мнения по тези въпроси.

Аспекти от гледна точка на реторическите канони етос, логос и патос

За да се прецени реторическата стойност на прякото излъчване следва да се анализира и от гледна точка на реторическите канони, дефинирани от Аристотел (Аристотел 1993), като етос, логос и патос.

По отношение на етоса, свързан основно с достоверност на комуникатора и посланието, може да се направи извода за наличност на собствената идентичност на елементите на комуникацията – стил, емпатия, опит, компетентност, експертиза, зрялост, сила, демонстрация на приятели и интереси. В качеството си на оратор премиерът демонстрира адекватност на средата, комуникира сам себе си като строител на съвременна България, показва познаване на темата с инфраструктурата и напредъка на дейностите по Автомагистрала „Хемус”, говори от позицията на личен опит, разказва лични истории, свързани с обекта, позовава се на източници, показва емпатия, говори с ентузиазъм и страст за магистралата и напредъка ѝ.

По отношение на патоса, а именно емоционалният ефект на комуникатора и посланието, Борисов успява да привлече вниманието на зрителите на прякото онлайн излъчване, които отговарят с емотикони, поздравя, коментари и др., тоест биват въввлечени в реален комуникационен процес от премиера и участват в него. Към момента на представяне на изследването в рамките на форума в края на месец септември 2019 г. живото излъчване беше постигнало 31 хиляди преглеждания, над хиляда ангажирания и 228 споделяния. Излъчването показва и ангажиране на участниците, които са непосредствена аудитория в автомобила, тъй като част от коментарите са на и за самите тях. Премиерът умело демонстрира достоверност на историите, които представя и надеждност като оратор, запознат с проекта. Той привлича другите участници в комуникационния процес, скъсява дистанцията, ръкува се с работници и изпълнители на обекта.

Въздействие оказва и музиката в автомобила, която съзнателно не се спира по време на живото включване. Премиерът използва и фрази с мотивиращ и вдъхновяващ ефект като внушава, че това, което той прави с екипа си, е справедливо, добро и честно. Той внушава безкористност, загриженост, състрадателност, а аудиторията в автомобила демонстрира, че се чувства добре и удобно в такава комуникационна ситуация, макар и необичайна от гледна точка на директното излъчване онлайн от автомобила на премиера. Премиерът използва изрази за окуражаване и одобрение, създава желание и интерес у

аудиторията да участва в комуникационния процес. Анализът на коментарите на потребителите онлайн показва също, че самата индиректна аудитория във Фейсбук, която се включва в чата, се идентифицира с комуникаторите, като отговаря, коментира, публикува емотикони – и окуржаващи, и критични, но и в двата случая са въввлечени в процеса и съзнателно са страна в него. Дори нападките и аргументите „ад хоминем“, грубите квалификации и език на омразата в коментарите, представляват съзнателно участие в процеса, макар и с неодобрение към него или към премиера. Премиерът презентира възгледите си със страст и емпатия, използва жестове и мимики, подсилващи ефекта на твърденията му и отговарящи на неговата идентичност, образ и репутация.

От гледна точка на логоса, свързан в убеждаващия процес, с логиката и ефективното съдържание на посланието, може да се направи извод, че има ясна връзка между отделните елементи в посланието – структура, значим въпрос, който се разисква, ясен и разбираем за оратора и аудиторията език. Използват се термини, въвежда се сюжетно разказване по политическата тема за ползите от инфраструктурата чрез показване на конкретния обект, свежда се от оратора към аудиторията полезна и логична информация, в повечето твърдения има причинно-следствени връзки, но за някои тези връзки са латентни и по-скоро са функция на логиката на оратора, а не на фактическото състояние на обекта, за който се отнасят. Дори и такива обаче, те не възпрепятстват процеса на убеждаване.

Ораторът използва като аргументи измерими позитивни резултати, реалистична или близо до реалистичната информация, внушава достоверност и оповестява уникална информация – директно от източника, в случая – от изпълнителите, министрите, длъжностните лица, експертите. Посочва фактите с непринуденост, внушава, че резултатите си струват усилията, времето, разходите и рисковете.

Информацията, дадена от премиера, се запомня и може да се повтори или резюмира лесно – тоест, тя е разбираема за широка аудитория, независимо от нивото на нейната експертност по въпросите на строителството и инфраструктурата. Ораторът цитира факти, служи си с разбираеми примери, разказва историите сюжетно и проектира визуално позитивния резултат от усилията.

Медийни и пиар-аспекти

Що се отнася до **преценка на медийното приложение** на посоченото живо излъчване следва да се отбележи, че то има новинарски потенциал, тъй като съдържа новини (предстоящо въвеждане в експлоатация на трасето, готов виадукт, открити артефакти при разкопките, посещение на премиера на обекта и др.) и има информационен повод те да бъдат публикувани от традиционните медии.

Видеото от прякото излъчване обаче не е обект на допълнителна употреба от страна на Правителствената пресслужба. Тя не използва новините и информацията от живото излъчване, за да ги изпрати до медиите под формата на прессъобщение с източник за възпроизвеждане на видеото, което е обичайна практика и което Пресслужбата понякога, но не винаги, прави, а разчита редакциите на медиите да гледат излъчването във Фейсбук и да преценят кои от новините, съобщени от премиера, да публикуват и изобщо дали да го направят.

В резултат някои от онлайн медиите в същия и следващите дни използват части от прякото излъчване за т.нар. вградена видео-новина или стандартна статия без видео-съдържание, а само със снимка от обекта и/или посещението, като резюмират събитието и припознават новина в предстоящото пускане в експлоатация на 10-километровото трасе. Много по-голямата част обаче от медиите не публикуват статии със съдържание, произтичащо от прякото излъчване.

Аспекти на политическия език

Що се отнася до **политическия език** в прякото онлайн излъчване, то притежава голяма част от обичайните характеристики на политическия език на премиера. От една страна езикът е инструмент на трите комуникационни субекта – политикът, медиите (в случая социалната мрежи Фейсбук) и гражданите, към които е насочено излъчването. От друга, бидейки политическият език система от форми, ситуации, категории и методи за политическа комуникация, той е изключително ефективен в изследваното пряко излъчване, като формира устойчива аудитория от началото до края на излъчването и се проявява чрез дебати, обмяна на мнения, коментари, аргументиране и защита на позиции.

Обект на друго изследване може да бъде дали конструираният външен свят съвпада от гледна точка на трите субекта – политикът, потребителите в социалната мрежа и гражданите. При всички случаи обаче политическият език в прякото онлайн излъчване показва несъвпадения между конструираната от премиера визия и визията на някои от коментиращите в социалната мрежа потребители, които изразяват критичност, неодобрение, съмнение за търсене на политически дивиденди и пиар-ефекти, несъответствие на политическия дневен ред на премиера (инфраструктурата, магистралите и конкретно „Хемус“) с този на обикновените граждани, дефиниращи различни по-важни, според тях, въпроси.

Характеристика на политическия език в това живо излъчване, както вече бе споменато, е, че генерира и различни форми на вторична комуникация, която се развива и мрежово – чрез споделянията на потребителите, но и функционално – чрез мултиплициране в различни други форми и роли – медийна, публична, дебати, коментари, междупартийна, фалшиви новини.

Така можем да направим извода, че политическият дневен ред от прякото излъчване е с различна убеждаваща сила според ролевите си проявления, но по въпроса следва да се направи допълнително изследване.

Последният аспект на политическия език, който маркираме, е, че той е с функцията на стратегия, но и на тактика – чрез излъчването на живо политическия дневен ред в частта му изграждане на инфраструктур се представя атрактивно, популярно и общодостъпно, така че да се избегне умората на аудиторията да слуша вече десет години послания, свързани с магистрали и инфраструктура. Тук приемаме дефиницията на Thomas A. Birkland за политическия дневен ред като „сбор от проблеми, разбирания за причини, символи, решения и други елементи от обществени проблеми, които привличат вниманието на членове на обществото и техните управляващи“. Birkland посочва, че има *формален* и *неформален политически дневен ред*, като формалния свързва с вземането на решения и създаването на документи, закони и нормотворчество, а неформалния – с идеите, разбиранията и дебатите по политическите въпроси (Birkland 1997: 106–109)

Аспектите на прякото излъчване от гледна точка на ролевите функции

Един значим аспект в анализа са и ролевите функции на премиера като държавен ръководител и лидер, които могат да бъдат квалифицирани според посланията в живото излъчване. Според Хенри Минцбърг (Минцбърг 1973), възможните лидерски роли са десет, разделени в три групи – 1.) междуличностни (лидер, връзка и фигурант), 2.) информационни (наблюдател, разпространител, говорител) и 3.) роли при взимане на решенията (предприемач, разпоредител, разпределител на ресурс, посредник).

Анализираното пряко онлайн излъчване съдържа в по-голяма или по-малка степен следи от всяка една от тези роли, приложима към комуникацията на премиера. Обект на интерес в това изследване са по-скоро информационните роли от втората група – на наблюдател, разпространител и говорител, тъй като са най-съотнесими към комуникационната страна на изследвания проблем.

Информационните си роли – на наблюдател, разпространител и говорител – премиерът изпълнява изключително умело като централната фигура в излъчването, която получава, притежава, трупа, класифицира и разпределя информацията, свързана с проекта и то по най-лесен за възприемане от аудиторията начин. В ролята си на наблюдател той получава, събира и трупа информацията от всички източници, които в конкретния случай са му и подчинени, и прави преценка коя част от информацията да използва в публичната си комуникация.

Той използва само частта от информацията, която дава благоприятни перспективи за одобрение от страна на аудиторията и не споменава тази част от информацията, която би могла да доведе до репутационни щети за него или управлението. Така например в публичното пространство за Автомагистрала „Хемус“ е известно, че се строи без обществена поръчка при индикативна сума около 1,34 млрд.лв. за трасе от 134 километра, по реда на т.нар. инхаус-възлагане, тоест от страна на едно към друго ведомство, които са в йерархична връзка помежду си – в случая от МРРБ към АПИ и дружеството „Автомагистрали“ ЕАД. Че този факт нарушава правилата на свободната конкуренция обявиха редица политически сили публично и информираха, че ще сезират ЕК. И тъй като проблемът е публичен и касае основни пазарни принципи, но не в полза на правителството, премиерът не засяга темата с липсата на обществена поръчка, а директно комуникира с аудиторията етапите, проблемите, усилията, напредъка и очаквания резултат.

В случая филтрирането на информацията е част от ролята му на разпространител на информацията – разпространява само положителната за него и целите му, а онази, която би имала негативно въздействие върху доверието на аудиторията, спестява.

В ролята си на разпространител премиерът притежава важна и привилегирована информация, която не би могла да бъде достояние на човек с по-ниска йерархична позиция, нито да бъде получена от редови участник в процеса. Той лично отива на място и лично съобщава от автомобила си за напредъка и постиженията на проекта, като в комуникацията си филтрира чувствителната информация, свързана с проблеми по изграждането на АМ „Хемус“, и съобщава само тези данни, които му носят репутационни и политически предимства. Той натрупва голям обем информация, за да подчертае властовата си позиция на най-информиран и на човека, от когото зависи процесът.

Ролята си на говорител премиерът изпълнява умело, като демонстрира отлични комуникационни умения, съответстващи политическата и реторическа целесъобразност – да убеди в правотата на приоритета си и в публичната полза от усилията си. Използва внушения, средства на агитация и пропаганда, рекламни способности, повторения, възклицания, емоционални изрази, заповедни форми, фразелогизми.

Изводи и заключение

Изводите, които прегледът на някои комуникационни и реторически аспекти на прякото онлайн излъчване налага, са поне следните, без да изчерпваме всички:

- Прякото онлайн излъчване е мощен инструмент за убеждаване и може да бъде използвано за комуникационни и реторически цели с по-висока или по-ниска степен на успех в зависимост от уменията на оратора и контрола върху съпътстващите излъчването фактори.
- Технологичната платформа на Фейсбук не просто прави възможно излъчването, а подпомага събирането на заинтересована аудитория, която да бъде убеждавана, независимо от първоначалните ѝ нагласи и независимо от целта, поради която избира да гледа и участва в излъчването. Платформата спомага, чрез технологичния си инструментариум, да се получи незабавна обратна връзка и да се оцени, дори и статистически, нагласата на аудиторията и постигането на целите.

- Прякото онлайн излъчване е и канал, и средство, и метод, дори жанр на онлайн-комуникация, който се налага все по-често и в случая на премиера се превръща в собствен, персонален медиен канал. То му осигурява висока конкурентност на полето на политическото убеждаване и публичната комуникация.
- Прякото онлайн излъчване носи новинарски потенциал, като генерира новини за традиционните и онлайн медиите.
- Прякото онлайн излъчване може да конкурира традиционните форми на публична комуникация на стандартния пресцентър – видео, снимки, прессъобщения, пресинформация, изявления, брифинг – като носи удобствата на по-лесна управляемост и по-ниска степен на риска, според едната хипотеза, или неудобствата на по-трудна управляемост и по-висока степен на риска, според друга.
- Прякото онлайн излъчване е удобен инструмент за налагане на политически дневен ред, мощно средство за политическо влияние и спомага за достигане на големи аудитории (поради позиционирането си в социална мрежа), които традиционно нямат интерес към политически послания и не участват активно в политическия живот.
- Прякото онлайн излъчване е сред най-евтините и достъпни комуникационни инструменти за политиците, тъй като не се заплаща, не са нужни допълнителни ресурси, както за организация на събитие или за поддържане на пресекип, а в същото време посланията, излъчени по този начин, достигат до много по-големи аудитории, в това число и опоненти и несподелящи същите политически възгледи лица.
- Прякото онлайн излъчване е специфична форма на употреба на политическия език. Заради гъвкавостта, технологичните преимущества на платформата за излъчване и заради неформалността на видео-комуникацията на живо политическият език е изправен пред промени в нормативния характер на езика и тази тенденция е устойчива.
- Прякото онлайн излъчване дава голям ролеви потенциал, който се оползотворява ефективно от премиера, но тази ефективност не е гарантирана, а зависи от редица фактори – обективни, субективни, поведенчески и такива на средата, в които конкретен комуникатор би използвал пряко онлайн излъчване.

Обект на допълнително изследване могат да бъдат сравнителни и статистически анализи на рекламни и пиар-еквиваленти на прякото онлайн излъчване, за да се прецени

неговата ефективност, ценови еквивалент, възможности да достигне аудитории, новинарски потенциал и капацитет да осъществи целите на политически дневен ред и на репутационното изграждане. Съзнателно не се изследва прякото онлайн излъчване във връзка с политическата агитация и пропаганда, както и с политическата реклама, тъй като това изисква други методи на изследването.

Заключение

В заключение следва да се отбележи, че току-що отминалите местни избори също представиха добри образци на преки онлайн излъчвания от страна на кандидати за кметове, включително кандидатите за кмет на София Мая Манолова, Борис Бонев и Борислав Игнатов, както и на някои от кандидатите за общински съветници. Тези излъчвания също могат да влязат в корпуса на евентуални следващи проучвания. Аудиторията, до която достигаха преките онлайн излъчвания например на Мая Манолова, бе стотици хиляди потребители по секторни теми като чистотата на въздуха, корупцията, трафик, паркиране, презастрояването, срещи с избиратели, което формира значителен корпус за проучване и то на съвсем различни подходи при онлайн излъчванията и от противоположи позиции – както образци от излъчвания на управляващите, така и на опозиционно настроени политици.

Прякото онлайн излъчване е мощен инструмент за комуникация с висок потенциал – комуникационен, реторически, политически, предизборен и дори медиен и изследването на потенциала му трябва да се задълбочи. Той не е обичайна практика за голяма част от българските политици и високопоставени държавни лица, но корпусът, натрупан на базата на публичните прояви на премиера и още няколко политици е достатъчно широкообхватен за по-дълбок анализ.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Аристотел 1993: Аристотел. *Реторика*. София: Софи-Р, 1993.

Birkland 1997: Birkland T. *After Disaster: Agenda Setting, Public Policy, and Focusing Events*. Georgetown University Press, 1997.

Mintzberg 1973: Mintzberg H. *The Nature of Managerial Work*, New York: Harper & Row, 1973.

LIVE ONLINE STREAMING BY PRIME MINISTER ON FACEBOOK AS A TOOL FOR COMMUNICATION. SOME RHETORICAL AND COMMUNICATION ASPECTS

Penka Vasileva-Georgieva, Doctoral student, Department of Rhetoric, Sofia University „St. Kliment Ohridski”

Abstract:

This study aims to review some of the rhetorical and communication aspects of live online streaming. The format is used by the Prime Minister in his car journeys, in which he broadcasts live conversations with his car, documents his work day, records his business visits and meetings. The study's hypothesis is that live online streaming has greater rhetorical, communication, media and PR potential, can be persuasive, a political influence, and has many advantages over traditional forms of public communication.

Keywords: live online streaming, rhetoric, public communication, political agenda

[1] Фейсбук страница на премиера Бойко Борисов, [Прегледан на 20.09.2019 г.] Достъпно от

<https://www.facebook.com/boyko.borissov.7/videos/vb.100006542380422/2504819983079390/?type=2&video_source=user_video_tab>

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Василева-Георгиева, Пенка. Прякото онлайн излъчване (live streaming) от министър-председателя във фехсбук като инструмент за комуникация. Някои реторически и комуникационни аспекти – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/31/prime-minister-live-streaming/>>

ОТЗИВИ

Развитие на българо-гръцките културни връзки – реторически аспекти в дейността на сдружение „Аристотел – културен мост“

Деница Медарска

Резюме:

Настоящото изследване се фокусира върху развитието на българо-гръцкия културен диалог, чрез проучването и анализирането на виртуалната реторика и ораторството в културните срещи, дело на сдружение „Аристотел-културен мост“. Целта е да се проследят реторическите практики, които се използват в този духовно-културен център, за да се създаде културен мост между двете държави, който да бъде проводник на добри идеи за едно общо и ползотворно сътрудничество между тях. Изводът, до който се достига в изследването е, че успешният межкултурен диалог е сложен процес, който изисква богат набор от реторически умения и техники, за да се осъществи двупосочното проникване в културата на другия. Взаимното опознаване на България и Гърция се осъществява чрез историческите и съвременни общности, където двата народа със своя език, нрави и обичаи, оформят мултикултурното платно на Балканите.

Ключови думи: межкултурен диалог, „Аристотел-културен мост“, виртуална реторика, реторически практики

Въведение

Гръцко-българското сдружение „Аристотел-културен мост“ (Ελληνοβουλγαρικός σύνδεσμος „Αριστοτέλης-γέφυρα πολιτισμού“ е създадено на 02.04.2016 г. в град София. Председател на сдружението е Янис Лилиос (социолог и предприемач), негови съратници са Кириаκος Аргиропулос (режисьор и директор на „Столичен куклен театър“), Христо Куфов (журналист – главен редактор на вестник „Златна възраст“) и Здравка Михайлова (преводач). Всички членове на този духовно-културен център са доброволци, професионалисти в различни области, които се обединяват заради общата си кауза – да допринесат за опознаването и културното развитие на двата народа – българския и гръцкия, главно чрез процесите на уважение и приемане на „другия“, през призмата на

„балканския космополитизъм”, който включва чувството за общото, познатото, уютното на Балканите. Те имат подкрепата на различни държавни институции, наред с Гръцка фондация за култура (ГФК), създадена по Закона за юридическите лица с нестопанска цел през 2008 г. със задача да популяризира гръцкото културно творчество в България и да заздравя българо-гръцките културни връзки (Румпос 2019:132).

Задачите, които се поставят в настоящото изследване са: да се анализира дейността на сдружение „Аристотел-културен мост” през призмата на реализираните реторически практики, като се направят съответните изводи за тяхното значение в подобряването на диалога и реализирането на дипломатическото красноречие (Стефанова 2017: 168). Фокусът ще бъде насочен към практическите параметри на реториката, използвани както във виртуалното ораторство, така и в организираните, под ръководството на сдружението, реторико-културни срещи между България и Гърция. В изследването е направен опит за прилагане на предложената от М. Хокс рамка за оценка на реторическия стил в интернет, която обхваща три критерия „позиция на аудиторията“, „прозрачност“ и „хибридност“ (Хокс 2003: 629-656).

Реториката като приложна дисциплина. Виртуална реторика на гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост”

Изхождайки от определението на Аристотел за реториката „Нека реториката бъде способност да откриваме при всеки случай онова, което може да убеди” (Аристотел 1993: 45) в неговия основополагащ труд „Реторика”, можем да заключим, че още от древността се загатва ситуативното и практическо приложение на реториката. И още: Аристотел прави система на науките, в която разграничава практическите от теоретическите науки. Според тази класификация мястото на реториката е сред приложните, практически научни дисциплини. С това разбиране кореспондира и определението на проф. Александрова, според която реториката е „конкретна приложна метанаука, която се отнася към методите на въздействие върху чуждото съзнание с цел постигане на определена насока на мисловната дейност и поведение” (Александрова 2013: 18). С оглед целта на изследването поддържахме тезата, че реториката е наука с подчертано приложна и интердисциплинарна насоченост, която се развива и създава нови парадигми в унисон с прогреса на технологиите и развитието на комуникациите. Изхождайки от тези постановки ще

разгледаме практическата реализация на реторическите характеристики, стил, стратегии и похвати, за да анализираме дейността на гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост”, с оглед неговата цел – „да създава мостове” в отношенията между България и Гърция.

Несъмнено, все по-голяма част от живота ни се реализира в интернет пространството. То се явява като удобна трибуна за откриване на съмишленици, приобщаване към каузи, създаване на общности с конкретни ценности, визия и идеи. Под „удобна трибуна” се има предвид достъпността, известната анонимност, чувството за контрол над ситуацията, свързан с избора къде да общувам, как и колко дълго. Цялата гама от образи, видеоклипове, хипертекст, специфичен език се явяват един вид символи, които формират определена идентичност или общност (Уорник 2002).

Реализирането на виртуалната комуникация формира друг тип комуникативна среда. Виртуалният оратор притежава по-специфични функции: публикува текстови, аудио и видео записи на речи, дебати и прочие, които са били изнесени директно пред аудитория. Интернет дава възможности и за специфични реторични онлайн библиотеки, в които да се съхранява информацията. В някои случаи виртуалният оратор трябва да се съобразява с виртуалната аудитория и да подготвя изявите си с оглед на начините на възприемане и в онлайн средата.

В онлайн комуникацията ораторът губи частично доминиращата си роля на ръководител в комуникативния процес. Той е поставен в ситуация, в която не може да контролира виртуалната аудитория, както при директното красноречие. Въпреки това виртуалната реторика има редица положителни характеристики от гледна точка на ораторското въздействие. С помощта на видеоклиповете, които присъстват в онлайн пространството, ораторът става разпознаваем от много повече потребители в мрежата. Записите могат да се гледат многократно, да се анализират и пр. Съответно може да се осъществи обратна връзка между оратор и аудитория – чрез запитвания, мнения, харесвания и т.н.

За да има успешна виртуална комуникация, както при традиционното красноречие, ораторът трябва да въздейства върху аудиторията, да я убеждава и да предизвиква отзиви. Той трябва да притежава редица техники и компетентности, чрез които да направи комуникацията по-успешна, макар и индиректна. Голям плюс в тази връзка е

възможността за мултиплициране на съобщението, което се предава чрез изображение, звук, фонотекст. Това дава възможност за въздействие на различни нива, като се активират различни информационни канали, по които да протече съобщението.

Още едно предимство на виртуалните условия за общуване е, че времевите и пространствените параметри са променени в сравнение с традиционната директна комуникация. Категорията „пространство“ отсъства заради компютърно опосредстваната комуникация, при която всеки може да слуша, види, прочете отделно или заедно с други посетители на глобалната среда. Аудиторията сама определя мястото, на което да се намира, тя е хетерогенна, разпръсната в пространството (Мавродиева 2010).

Виртуална реторика на сдружение „Аристотел- културен мост”

Виртуалната реторика на сдружение „Аристотел-културен мост” се осъществява чрез тяхната страница във Facebook.[1] Това е неслучаен избор, всеизвестен факт е, че Facebook е най-голямата социална мрежа в света с близо 2 милиарда потребители. Тази платформа дава добри възможности за споделяне на идеи, мнения, опит. Организирането на потребителите в различни групи дава възможност за създаване на общности от хора със сходни интереси, от една страна, а от друга, се разпространяват идеи и влияния. Често онлайн активността може да прерасне в реална такава.

Както вече стана ясно в текста, за да анализираме виртуалната реторика на гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост” ще използваме предложената от М. Хокс рамка за изследване на реторичния стил в мрежата. Тя говори за три критерия: „позиция на аудиторията“, „прозрачност“ и „хибридност“. Под „позиция на аудиторията“ авторката има предвид интеракцията между оратор и аудитория или с други думи: дали виртуалната аудитория е достатъчно стимулирана и окуражена да участва във виртуалното пространство. Под „прозрачност” се разбира дали виртуалните елементи: текст, снимки, видеоклипове, графичен дизайн, хипертекст и пр. се използват и са разпознаваеми за аудиторията. Идеята е, че колкото по-познати са, толкова „по-прозрачно” се обуславя това виртуално съдържание. „Хибридността” се съставя от комбинацията на вербални и невербални средства. Разграничени са три нива на „позиция на аудиторията“, „прозрачност“ и „хибридност“: ниско ниво, средно ниво и високо ниво.

1. По критерия „позицията на аудиторията”

– ниско ниво: има малко на брой или липсват харесвания на публикациите, няма коментари, споделяне или с други думи липсва интеракция с аудиторията

- средно ниво: няма коментари, но има известна активност откъм споделяне и харесване на публикациите
- високо ниво – има наличие на коментари, достатъчен брой харесвания и споделяне

Страницата на гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост” в социалната мрежа Facebook е харесана от 635 души и има 657 последователи за период на повече от 3 години. Като цяло това не е голям брой, имайки се предвид, че страницата е достъпна и на двата езика – български и гръцки. Спрямо критерия „позиция на аудиторията” реторическият стил на сдружението се отличава с по-скоро средно ниво на интеракция с виртуалната аудитория. Всяка публикация има харесвания, почти всяка има споделяния, макар и малко на брой. Има наличие и на коментари, но те са по-скоро рядкост. Демонстрирани са реторически умения и опити за стимулиране и приобщаване на аудиторията към каузата – взаимното опознаване на двата народа чрез културния обмен. Колкото повече потребители на Facebook харесат страницата, толкова повече ще се увеличи посещаването ѝ, а оттам интеракцията между виртуалния оратор и виртуалната аудитория. Въпреки това не се очаква, че страницата ще бъде обект на масов интерес, защото има по-скоро елитарно съдържание.

2. По критерий „прозрачност”

- ниско ниво – няма текст, който пояснява публикациите, а само хипертекст, хипервръзка или снимков/ видео материал
- средно ниво – налични са хипертекст, хипервръзка, снимков материал и текст за пояснение
- високо ниво – наличен е само и единствено текст

Анализът показва, че „прозрачността” отново се характеризира със средно ниво. Освен това текстът, който пояснява, винаги е както на български, така и на гръцки език.

3. Относно „хибридността”:

- ниско ниво – налични са само текст или визуален материал
- средно ниво – съдържа както текст, така и хипертекст + хипервръзка/ визуален материал
- високо ниво – налице са и четирите компонента: текст, хипертекст, хипервръзка, визуален материал.

По последния трети критерий, а именно „хибридност”, реторическият стил на сдружението се отличава с висока степен на хибридность: почти всички публикации съдържат компонентите текст, хипертекст, хипервръзка, визуален материал. Това е свидетелство за добра организация на публикацията във виртуалната среда и за въздействие върху аудиторията, чрез умело използване на реторическите средства за включване на различни комуникативни канали. Например: публикацията по повод организирания от сдружение „Аристотел-културен мост” концерт „Един век ребетико” в София на 3-ти октомври 2019г. в Националната музикална академия „Проф. Панчо Владигеров“, е със съдържание, цитирам: „Концертът „ЕДИН ВЕК РЕБЕТИКО“ с АГАТОНАС и неговата група 03.10.19г., в Националната музикална академия „Проф. Панчо Владигеров“. Беше едно вълшебно пътешествие. Сърдечни благодарности на всички, които са помогнали и на всички присъстващи. В следните линкове ще видите: Кратка информация за концерта <https://youtu.be/Oo0rk4EUddE> Видеозапис на целия концерт <https://youtu.be/nlr2rWmx2c4>. Запис на песните от студиото на академията <https://youtu.be/dpPWUyuslVY>. По повод концерта, членове и приятели на сдружението АРИСТОТЕЛ написаха статии и мисли за РЕБЕТИКО, които ви представяме в прикачената електронна книжка.”[2] Като тази публикация е преведена и на гръцки със съответните хипервръзки и хипертекстове.

След направения анализ може да се заключи, че сдружение „Аристотел-културен мост” има реторически стил, който се артикулира в горните регистри – средни до високи нива, реализирани чрез социалната мрежа Facebook. Това показва едно високо ниво на владение на виртуалните комуникации. Друга важна характеристика е средна до високата

фреквентност на публикациите – през ден или няколко дни, което свидетелства за доброто управление на страницата, чрез постоянно поддържане на интереса на гръцко-българската аудитория по културни теми, които свързват и вълнуват и двата народа.

Виртуалната реторика е своеобразна трибуна, от която оповестяват за важни културни събития в Гърция и България. Чрез нея се набира аудитория и се организират инициативи и реторико-културни срещи на високо равнище, където участие взимат посланици, министри, известни културни дейци – актьори, писатели, поети, музиканти, художници и пр., както и университетски преподаватели, журналисти, преводачи и др. Отново там е отразен медийният отзвук след събитието и така е достъпен за по-широк кръг от хора.

Сдружение „Аристотел- културен мост” не поставя публикации онлайн, които инициират дебати и дискусии по културни теми. Те залагат на това – диалогичните реторически видове да бъдат акцент в организираните реторико-културни срещи между двата народа, където да се обсъждат на живо социални теми, постижения в сътрудничеството, проблеми и пр. Именно чрез тези събития се разгръща цялата гама от реторически средства, за да се предадат посланията и да достигнат и докоснат аудиторията.

Реторико-културни срещи между България и Гърция

Реализацията на културните събития са добър пример за успешно владение на реторическите техники, похвати, стратегии и резултатното им прилагане на практика. Вследствие на това е оставен емпиричен материал за изследване от реторическа гледна точка. В настоящата разработка реторико-културните срещи ще бъдат по-скоро маркирани с оглед на техните послания и резултати. На тях ще бъде посветено отделно научно изследване, което подробно ще ги анализира.

Събитията, които организира и реализира сдружението, са в разнообразни области на културата – литература, театър, кино, изобразително изкуство, музика. Онова, което ги обединява, е желанието за опознаване чрез приемането на „другия”, споделяне на общи ценности и идеи. Това се случва именно в тези духовно-културни центрове, в които се създава един приятелски климат, където се наслаява чувството за общото, споделеното и уютното на Балканите.

Опознаването между българския и гръцкия народ наистина е дълбоко залегнало в убежденията и целите на сдружение „Аристотел-културен мост”. Някои от най-важните събития, които имат медиен отзвук и по-широка аудитория, са: „Бряг и цвят – живопис”, „Дни на Константинос Кавафис в София”; „Българо-гръцки киноветери” и „Един век ребетико”. Обхващат се разнообразни културни области : литература, изобразително изкуство, кино, музика.

Особено провокативна за анализ и добър пример за успешно реализиран реторико-културен диалог е организираната кръгла маса на тема: „Киното и екранните изкуства, мостове на приятелството и културата между Гърция и България”, по повод и прожектирането на български и гръцки филми, обединени от общо име „Честолюбие/Φιλότης-непреводими човешки ценности” от Гръцка фондация за култура и гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост” със съдействието на Държавния културен институт към министъра на външните работи на България и Национална академия за театрално и филмово изкуство „Кръстьо Сарафов”. Предмет на срещата са прожекциите на филмите: „Υπάρχει φιλότιμο” („Все пак съществува честолюбие”), „Бай Ганьо тръгна по Европа”, „Радиограмофон” и „Ακαδημία Πλάτωνος” („Платонова академия”). Взимат участие: посланикът на Гърция в България г-н Григориос Василогонстандакис, г-н Янис Лилиос – председател на сдружение „Аристотел-културен мост”, проф. Константинос Цуклас – председател на Гръцката фондация за култура, чието приветствие се излъчва чрез запис; проф. д-р Ваня Лозанова-Станчева – преподавател в Център по тракология „Проф. Александър Фол“, доц. д-р Иван Иванов – преподавател в катедра – „Кинознание и драматургия” в НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов”, Татяна Гранитова – сценарист и др.

Именно на тази кръгла маса се разгаря пълнокръвна реторическа дейност като въздействието се постига чрез успешното съчетание между вербални и невербални изразни средства. Използвани са различни възможности на техническите съоръжения за комуникации, така че да се осъществи мултиплициране на съобщението, което се предава чрез изображение, звук, фонотекст, което протича по различни комуникационни канали и оказва още по-осезаемо влияние върху аудиторията.

Реторическата ситуация се развива в предоставената от Гръцкото посолство в София зала „Стефан Гечев”. На преден план са поставени постери с логото както на сдружение „Аристотел-културен мост” (виж Фигура 1), така и на „Гръцка фондация за култура” (виж Фигура 2), което знаем, че е невербално средство, чрез което може да се окаже въздействие на подсъзнателно ниво. Логото е лицето на сдружението, неслучайно то е и на профилната снимка на страницата му във Facebook. Като реторическо средство за оказване на въздействие, то трябва да може успешно да предаде посланието на организацията. В логото личи приемствеността между древността и новото време – сдружението е вдъхновено от Аристотеловата мисъл и фигура (главната буква „А” директно асоциираща се с древногръцкия мислител, както е и името на сдружението) и специалният символ „@”, който от своя страна се свързва с интернет пространството. Възможна интерпретация би могла да бъде, че логото създава внушение за един конструиран образ на съвременния Аристотелов гражданин, който използва модерни средства за комуникация, чрез които да предаде своите ценности и идеи.



Фигура 1



Фигура 2

За да пресъздадем атмосферата и по-точно да предадем посланията от реторическите изяви на ораторите, участници в кръглата маса, ще представим две емблематични изказвания, чрез които ще направим съответните изводи и обобщения.

Кръглата маса е открита от посланика на Гърция в България, г-н Григориос Василогонстандакис. Той отправя своето приветствие към организаторите и аудиторията. Следват разсъждения за киното като изкуство, което надминава другите: „Истинското кино превъзхожда другите изкуства, не защото ги синтезира, а защото осъществява една съкровена нужда на човека: да вижда и чувства без посредници.”[3] Оттам говори за киното като една възможност за обрисване и изразяване на „идеи, ценности, чувства, елементи от идентичността ни, нрави, обичаи и традиции”. И завършва разсъжденията си като акцентира върху най-ценния принос на това изкуство според него, а именно да бъде използвано като „средство за популяризиране и изтъкване на културата и на характерните черти на даден народ”. Така ораторът прави плавен преход към същината на изказването си, а именно, че тази среща между българи и гърци е още един повод да се осъществи сближаване и опознаване на двата народа „в поле от откриване на елементи, които все повече ни обединяват и свързват, вместо да ни разделят”. Той подчертава и че подобни срещи могат да допринесат за обмен на идеи на творците, за общи проекти, които да засилят взаимодействието на двата народа.

В заключение посланикът на Република Гърция в България – г-н Василогонстандакис отправя благодарност към организаторите на срещата и изразява

надежда, че тази инициатива ще бъде отправна точка за още такива събития в бъдеще. Това обръщение задава посоката на предстоящото събитие, въвежда и потапя аудиторията в духа на идеите на срещата, които се разгръщат в следващите изказвания.

Изказването на Янис Лилиос – социолог, предприемач, председател на гръцко-българското сдружение „Аристотел-културен мост” съдържа важни аспекти от развитието на българо-културните отношения и е издържано изцяло в духа на идеята за необходимост от взаимно опознаване, осъществяване на силна връзка и стабилно сътрудничество на двата балкански народа – българският и гръцкият. И не само, г-н Лилиос отправя конкретни предложения за подобряване на българо-гръцкото сътрудничество в областта на културата. Анализирайки основната цел на сдружението, обект на настоящето изследване, а именно взаимното опознаване на двата народа, Лилиос засяга редица теми, които са изключително важни с оглед културния диалог между страните. От неговото изказване могат да се очертаят няколко важни тематични кръга, които са поставени като отделни акценти и в докладите на останалите участници в кръглата маса:

- Опознаването на двата народа – сложен двустранен процес, граден чрез „културата на диалога” на Балканите, случващ се в различни българо-гръцки социални пространства: туристически, образователни, бизнес, исторически и съвременни общности
- Назряла необходимост от междудържавни проекти – за образование и култура, кинематографски продукции на българо-гръцки теми и пр.
- Идея за създаване на „духовно-културни центрове със смели програми и финансиране, със специализирани човешки ресурси, с въображението и координацията на съответните институции и министерства”
- Съвместните киноветери се състоят със следните цели: българите и гърците заедно „да изострим сетивата на нашия алтруизъм, отдаденост, състрадание, разбиране, достойнство, честност, вяност, точност, любов към истината, уважение... или всичко онова, което формира ценността **филотимо**”[4]

От проведената кръгла маса се стига до заключението, че реторико-културните срещи между България и Гърция не бива да са плод на хаотични, спонтанни актове, организирани от доброволци, а да бъдат традиция, част от един по-голям

международен проект, за да се опознаят достатъчно страните, за да си сътрудничат, да обменят идеи и постигнат заедно прогрес в духовно-културен план.

Чрез проведената кръгла маса дейците около сдружение „Аристотел-културен мост” изпълняват успешно своята реторическа цел: да въздействат върху аудиторията със своите послания. Обратната връзка се осъществява чрез ръкопляскания, коментари и изказвания, които протичат както официално, така и формално след завършването на събитието. Аудиторията реагира като се приобщава към духа на идеите и дава свои такива, за да се осъществи така желаният процес на културно сближаване между България и Гърция.

Несъмнено, чрез реализираните монологични и диалогични реторически изяви, се изгражда една атмосфера от съмишленици, които заявяват своя нравствен и социален ангажимент – да градят културни мостове между двете балкански държави. И не само, макар отчитайки проблемите, които възпрепятстват процеса на взаимно опознаване, те показват как е възможно това да се случи дори в тези условия и финансиране, когато е плод на личен избор, на желание, продиктувано от нуждите на българските и гръцките граждани да търсят и постигат диалога помежду си.

Заклучение

Гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост” е един добре изграден реторически проект, с ясно осъзната цел – да благоприятства процеса на културното опознаване между балканските ни народи – гръцкият и българският, които от своя страна да градят мостовете на доверието, сплотяването и сътрудничеството помежду си. За да се осъществи този сложен процес, дейците около сдружението не пестят усилия в опитите си да използват богат набор от реторически средства и техники както във виртуалната си реторика, така и в реализираните си директни реторически изяви. Реториката им е израз на силен нравствен и социален ангажимент и е напоена с послания, в които артикулира назрялата необходимост от създаване на гръцко-български духовни пространства, в които да се осъществява двупосочното проникване в културата на другия. Чрез успешните си реторически практики тези послания достигат и въздействат на аудиторията, акумулират

размисли и нови идеи за съвместни продукции и проекти, които да бележат възхода в културните взаимоотношения между двата народа.

Използвана литература:

Александрова 2013: Александрова, Д. *Основи на реториката*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2013.

Аристотел 1993: Аристотел. *Реторика*. Прев. и встъп. Студия Ал. Ничев. София: „Софи-Р“, 1993.

Мавродиева 2010: Мавродиева, И. *Виртуална реторика от дневниците до социалните мрежи*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2010.

Румпос 2019: Румпос, Д. *Културната дипломация и съвременна Гърция*. Пловдив: „Астарта“, 2019.

Стефанова 2017: Стефанова, Н. *Политическа реторика. Съвременни тенденции*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2017.

Уорник 2001: Warnick, B. *Critical Literacy in A Digital Era. Technology, Rhetoric, and the Public interest*. New York: Routledge, 2001.

Хокс 2003: Hocks, M. E. Understanding Visual Rhetoric in Digital Writing Environments. – In *College Composition and Communication*, vol. 54, № 4, 2003, 629-656. Urbana: National Council of Teachers of English, 2003.

[1] Сдружение Аристотел – културен мост. Ελληνοβουλγαρικός σύνδεσμος Αριστοτέλης. Интернет – <fb.me/aristotleclub2016>, последно посещение на 30.11.2019 г.

[2] Публикация във Фейсбук страницата на гръцко-българско сдружение „Аристотел-културен мост“. Интернет – <https://facebook.com/aristotleclub2016/photos/3075213002495166?locale2=en_GB>, последно посещение на 30.11.2019 г.

[3] Изказването е от неофициален книжен носител, който съдържа изказвания, речи и доклади на всички оратори, взели участие в срещата. Този материал беше раздаден на присъстващите на български и гръцки език, за да улесни комуникацията за тези, които не владеят един от двата езика.

[4] Според Янис Лилиос – „Съвременният Аристотелов гражданин търси, има думата, участва, действа като активно, формирано политическо същество, основавайки се на

системата си от ценности, с цел да задоволи общочовешките нужди на човека. Това е филоотимо (φιλότης)“.

THE DEVELOPMENT OF BULGARIAN-GREEK CULTURAL TIES – RHETORICAL ASPECTS OF THE ACTIVITY BY THE ASSOCIATION “ARISTOTLE- A CULTURAL BRIDGE”

Denitsa Medarska

Doctoral student at the Department of Rhetoric
at Sofia University „St. Kliment Ohridski“

Abstract:

The following research focuses on the development of the cultural dialogue between Bulgaria and Greece through researching and analysing of virtual rhetoric and oratory in cultural meetings held by the association “Aristotle – cultural bridge”. The aim is to follow the rhetorical practices of this association, which serves as a cultural and spiritual centre, used in order to build a cultural bridge between the two countries. Moreover a bridge which serves as link for good ideas aimed at a common constructive collaboration between them. The conclusion at the end of this research is that any successful intercultural dialogue is a complicated process, which requires a wide range of rhetorical skills and techniques in order for each to effectively breakthrough into the culture of the other. The mutual understanding and discovering of Bulgaria and Greece is done through the historical and contemporary societies in which the people of both nations form the multicultural plateau of the Balkans, with their language, habits and traditions.

Keywords:

intercultural dialogue, „Aristotle-cultural bridge“, virtual rhetoric , rhetorical practices

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН	ФОРМАТ	ЗА	ЦИТИРАНЕ
Деница, Медарска. Развитие на българо-гръцките културни връзки – реторически аспекти в дейността на сдружение „Аристотел – културен мост“ – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. < http://medialinguistics.com/2020/01/31/bulgarian-greek-ties/ >			

ДИСКУССИИ

Реторичен анализ на артинсталацията на Давид Черни по проект на тема „Ентропа“ – стереотипи и бариери за разрушаване

Росица Йорданова

Резюме:

Целта на реторическия анализ на арт-инсталацията „Ентропа: стереотипи и бариери за разрушаване“ е да отговори на въпросите: *Каква е реторическата ситуация? Каква е аудиторията, към която е адресирана? Кой е авторът? Каква е целта на визуалното реторическо послание? Каква е жанровата определеност на инсталацията? С какви визуални образи и визуална аргументация е постигната целта? Какъв е ефектът и реакциите на инсталацията на Черни?* В специфичното интердисциплинарно познавателно поле на релацията реторика – неоавангардно изкуство се обяснява както създаването, така и условията за възприемане и разбиране на инсталацията като визуална политическа реторика.

Ключови думи:

Давид Черни, инсталация, реторика – неоавангардноизкуство, стереотипи и предразсъдъци в интеркултурната комуникация, визуални реторически образи.

Реторическата ситуация се създава при откриването на артинсталацията на Давид Черни „Ентропа: стереотипи и бариери за разрушаване“ (14 януари 2009 г.), по повод поемането на председателството на Съвета на Европейския съюз, от чешкото правителство (16 януари 2009 г.). Мотото на чешкото председателство „Европа без бариери“ съдържа апел за отваряне. Инсталацията на Давид Черни е реплика, артистично предизвикателство, с което Чешката република се представя като страна на изкуствата, в която за свободата на твореца няма цензура и бариери. Мястото на откриването – Брюксел и сградата на Justus Lipsius – главно седалище на Съвета на Европейския съюз, присъствието на европейския политически елит се свързва с очакванията за традиционна епидейктическа, представителна, междудържавна реторика. С първото предизвикателство към аудиторията, заложено в търсения контраст между функциите на сградата на Justus

Lipsius и реторическите функции на *инсталацията* – скулптурна сатира, младият скулптор Давид Черни демонстрира артистично постмодерното разомагьосване на институционалната свещенност. „*Всичко това е просто една шега – споделя той. Тази сграда тук е ужасна, всичко е тясно и студено и всички се правят на важни. Затова исках да развеселя малко обстановката, като клишетата за отделните държави бъдат леко иронизирани*” (Made for minds. 16.01.2009, <https://p.dw.com/p/6zy/успешна-провокация-или-скандална-безвкусица/a-3949957>).

Аудиторията на събитието е *директна*, съставена от представителите на висшите органи на Европейския съюз, Европейския парламент и комисиите, държавни ръководители и други официални лица от страните-членки. Медиите и новите технологии привличат *индиректната европейска и световна аудитория* на събитието, правят възможно активните субекти да регистрират своите мнения в блогове, сайтове, форуми, печатни издания и телевизионни предавания. Дискусиите и аргументите на представителите на *индиректната медийна аудитория*, не са обект на нашия анализ, но са изключително перспективна изследователска задача.

Изборът на скулптора Давид Черни от чешкото правителство. Давид Черни е представител на младото поколение чешки творци, роден през 1968 г. в Прага, с ярко изразена политическа реторическа нагласа. Ориентира се към места, където може да привлече вниманието, да създаде напрежение, да предизвика горещи дискусии. Като си служи с визуалния език на скулптурната сатира, той нарушава очакванията за патетично епидейтическо представяне на националните идентичности в Европа, на чийто култ сме свидетели и в съвременната политическа ситуация. Давид Черни избира *инсталацията* като една от формите на неоавангардното неконвенционално изкуство на скулптурата, заради възможностите за реторично функциониране на визуалния език, които тя притежава. *Инсталацията* е предпочитана форма, „*заради заложените в нея пластични, композиционни, структурни, както и сугестивни и асоциативни възможности...целта на творбата е по-скоро провокация към възприемащия субект*” (Ангелов 2014: 116–117). Съществени предимствата на *инсталацията* са: отсъствието на строги ограничения и регламенти по отношение на *максимално добре изчистената идея* вложена в нея; свободата на твореца „*да създава един отделен свят, който представлява самостоятелна вселена, едновременно чужда и*

позната”; свободата на възприемащите субекти „да блуждаят сами из този микрокосмос, със собствените им разбирания...” Инсталацията сама по себе си наподобява „празни съдове”, които могат да съдържат всичко, което авторът и зрителите пожелаят да поставят в тях, за да станат част от творбата. (Джансън 2006: 298).

Четири ключови думи: **Ентропа, стереотипи, бариери, разрушаване** насочват към диагнозата на интеркултурната комуникация, препятствията по пътя към отварянето и обединяването на европейците. Защо инсталацията е именувана „Ентропа”? В играта с думата Европа, *Ентропа* се асоциира с неопределеност, хаос. Думата „ентропия”, създадена от германския физик Рудолф Клаузиус, означава „степен на безредие в една система, разпад, грешки в комуникацията, част от енергията, която вече не може да се използва” (Димитрова 2009). В *Ентропа* отделните държави имат само контури, които ги правят разпознаваеми. Не са търсени както реалното месторазположение, така и реалните граници, с което се внушава хаос и неопределеност. Отсъствието на общи граници, предпоставка за възможни съседства, символизира самоизолация и бариери в комуникацията. И едновременно създава асоциации за освободено от ограничения на идеологическото географско деление на страните на „източни – западни” и произтичащите стереотипни поведения на асиметрия, дискриминация, индиферентност, културни дистанции.

Реторическата композиция на инсталацията „Ентропа” наподобява марионетен театър, сценично организирано пространство, в което са разположени гротескови образи на „действащи лица”, символични визуални образи на 27 държави-членки на ЕС. Агресивният подход при постигането на визуалната образност, е предизвикателство към зрителя да разчете „разбиращо” закодираните в образите символи, за да диференцира със самоирония **Кой кой е и самия себе си в Ентропа**. Например **Англия**, символ на *евроскептицизъм*, трябва да бъде открита на липсващото парче на картата на Ентропа; аутобан с формата на *свастика пречупен кръст* маркира територията на **Германия**, провокира *алюзия* за нелицеприятен момент от нейната история; по *аналогия* на брюкселския *Maneken Pis*, *пет пикаещи човечета в посока на съседите*, създават образа на **Литва; Естония**, отличила се с особена активност при прогонването на съветската символика, *иронично* е отличена със същия вид символика – *сърп и чук*; **Люксембург** е обявен „**For Sale**”, текст *символизиращ* пране на пари; **Полша**, която гордо се асоциира с

Папа Йоан Павел II, е изобразена гротескно като *колона католически монаси, които развяват гей-знаме*; **Франция** е обозначена с надписа GREVE! (Стачка!), *хипербола на социалната ѝ активност*; **Холандия**, горда с мултикултурните си проекти, е *потънала във вода, от която стърчат различни по големина минарета на джамии*, може би *метафора на толерантността*? **Финландия** е „населена” с един *видимо пиян човек с оръжие*, който лежи върху дървен подпор и му *се привиждат животни за лов*; **Кипър** е срязан на две етнически части *зигзагообразно като с ножица*. Вижда се как *Южен Кипър се е закачил за Северен Кипър, държейки се на нокти*.

Визуалното внушение се подсилва от театралните реторически ефекти например: *оцветените сини, червени и жълти тръби, свързани със системата от различен калибър родни турски тоалетни, периодично се раздвижват (България)*; италианските футболисти *държат топките на деликатните си места и при задвижване наподобяват мастурбиране; (Италия)*; *кафявите гайди, с които е „населена” Ирландия, на всеки пет минути издават звуци*; чрез *умаляване Румъния* е представена като увеселителен парк, в който *страшната фигура на Граф Дракула свети и издава от време на време зловещи звуци*; *от ядрените охладителни кули на атомните централи на Австрия*, известна като противник на ядрената енергетика, *периодично излиза пара*. С посочените модули не се изчерпва пъзела на *инсталацията Ентропа*.

Макар че всички визуални, символични образи на европейските страни са „кичозни”, примитивни, нелицеприятни, в някои случаи обидни, **ефектът е по-силен и мащабен от очаквания**. Най-гневна е реакцията на България, сред обидените са Полша, Словакия и Кипър. Българският политически елит прави официален протест, настоява за извинение и сваляне на модула с турските тоалетни от инсталацията. В аргументацията на критиците, оспорващи правото на творбата на публичност, преобладават *логически грешки*. Отсъствие на компетентност, недостатъчно познаване на неоавангардното неконвенционално изкуството, в частност на инсталацията като скулптурна творба, определя използването преди всичко на *прибързаните обобщения*. Присъщи на политическата реторика са аргументи с манипулативни цели (Стефанова 2015: 234–235). Във фокуса на критиката са поставени чугунените турски тоалетни, които се разглеждат извън контекста и стилистиката – ироничната символна образност на цялата *инсталация*. Отрицателното отношение към автора и неговата творба оформя позицията на *негативната емоционална*

свърхактивност (Стефанова 2015: 44–45). Официалната критика, обвиняваща Черни (argument ad personam) за уронване на респекта към националния суверенитет на България, формулира популистки послания (argument ad populum). Призивите за императивни санкции – да се свали българската част от инсталацията, въвеждат аргумента на тоягата (argument ad baculum), силата на властта да заплашва (Александрова 2008: 55). Давид Черни е обявен за персона нон грата, със забрана да пребивава в Пловдив. Българските власти настояват Давид Черни и министър-председателят на Чешката република да се извинят официално.

Аргументацията на чешката страна, отговорна за скандалната инсталация. В интервю за Ню Йорк Таймс чешкият премиер-министър *Александър Вондра* оценява спецификата на *инсталацията Ентропия* в логиката на условността на изкуството „*Това е произведение на изкуството и нищо друго...Ако Европа не е достатъчно силна, за да го огледа спокойно, това би било трагедия*” (Кейтлин 2013)

Аргументацията на Давид Черни. В специално изявление на собствения си сайт Черни определя базисните ценности на своята творческа позиция – чешката култура и съвременното изкуство. Изразеното доверие към аудиторията добавя аргумент на уважение към засегнатите „представители на европейските нации”: „*Гротескната хипербола и мистификацията са отличителни черти на чешката култура, а създаването на фалшиви самоличности е една от основните стратегии на съвременното изкуство...Ние вярваме, че околната среда на Брюксел е способна на ироничен самоанализ, ние вярваме в чувството за хумор на европейските нации и техните представителства*” (Кейтлин 2013). Ефектът, който очаква авторът, е *инсталацията* да бъде разбрана като *дружески шарж*, да накара възприемащият субект *да се надсмее на националните си мании и комплекси*. Самоиронията, която провокира с всеки детайл арт-инсталацията, е изконна ценност на чешката култура, тя прави чехите „*шампиони по самоирония*” (Дичев).

На 20 януари 2009 г. Черни „недвусмислено” покрива българския модул траурно, с черен креп. На 07 май, преди изтичането на срока на чешкото председателство, започва демонтирането на скандалната творба в знак на протест срещу падането на правителството на Мирек Тополанек. На 12 юни 2009 г. в двора на частна галерия „Докс”

в Прага е открита изложба, където инсталацията Ентропа е изложена без цензура. За достойнствата на автора ѝ говори бившият президент Вацлав Хавел.

Контрааргументите на българските интелектуалци, които не споделят аргументацията на официалните власти. Критиката е насочена към некомпетентното възприемане на част от творбата, грешки в аргументацията, хиперболизиране на влиянието на *инсталацията* върху националния авторитет, релефно изразено в словото на Георги Гоподинов „Заперденият клозет надви Мадарския конник. С любезното съдействие на обидчивите български официални лица и институции. Срамното настояще надви славното минало” (Господинов 2009). Дистанцирането от институционалното поведение, което налага **цензура на твореца и творчеството в европейското културно пространство**, отразяват вестник „Култура”, български сайтове и блогове. Според куратора Емил Миразчиев, „Работата на Черни беше приета много епидермално...Това е една политическа тоалетна. Не можем да си решим проблемите като ги покривем с черен креп”. В същия публицистичен материал със заглавие „Писоарът, кенефът и ролята на изкуството” Антоанета Пунчева пише: „Това е стара, нелицеприятна тема, но когато една артистична провокация ни помага да се освободим от неудобството с хумор, ние се обиждаме и озлобяваме срещу автора. Така е много по-лесно...По отношение на България ударът попадна право в целта и предизвика силна, старомодна и неинтелигентна институционална реакция” (Пунчева 2009). Ивайло Дичев в „Изкуството на скандала” обяснява, че „то (изкуството) не „отразява” реалността, а прави видими напрежения, граници, стереотипи. В него има повече театър, социология, гражданска акция, отколкото живопис. Основното е, че реакцията на публиката е част от творбата. В този капан попадна българската дипломация с глупавите си протести – перденцето, с което сега е скрита България, сигурно ще иде с нея в колекцията или музея” (Дичев 2009).

Вместо заключение. Десетилетие след арт-провокацията на Давид Черни, остават актуални въпросите за културнополитическия регионализъм, неговите присъщи институционални стереотипи и предразсъдъци, разгледани в контекста на европейската културна политика. Анализът и интерпретацията на релацията реторика – неоавангардно изкуство има перспективата да ориентира рационално и прагматично в динамиката на съвременните културни иновационни процеси.

БИБЛИОГРАФИЯ:

- Александрова 2008:** Александрова, Д. *Основи на реториката*. София: УИ „Св.Кл.Охридски”, 2008, 44-56.
- Ангелов 2014:** Ангелов, В. *Лексикон по история на изкуството*. В.Търново: УИ „Св.св.Кирил и Методий”, 2014.
- Господинов 2009:** Господинов, Г. Гордост и предразсъдъци. – В: *Made for minds*. 16.01.2009, последно посетен 18.12.19, <<https://www.dw.com/bg/a-3948321>>.
- Господинов 2009:** Господинов, Г. Символи и срам. – В: *Made for minds*. 31.01.2009., последно посетен 16.12.19, <<https://www.dw.com/bg/символи-и-срам/a-3990201>>.
- Джансън 2006:** Джансън, Х. У., Джансън, А., *История на изкуството, том 4: Модерен свят*. София: Елементи, 2006.
- Димитрова 2009:** Димитрова, К. От висотата на дупката. – В: „Култура”, бр. 6, 2533, 13.02.2009.
- Дичев 2009:** Дичев, И. Изкуството на скандала. – В: *Списание Семинар_BG* (Блог на Ивайло Дичев), <<https://seminar-bg.eu/>>.
- Касабова 2015:** Касабова, И. Визуална аргументация във виртуална среда. Визуални реторически образи. – В: *Докторантски сборник 2014*, том II, под ред. М.Стойчева и др., София: Изток-Запад, 2015, с. 259-273.
- Кейтлин 2013:** Кейтлин, Дж. Изкуство – Живопис Давид Черни: хулиганството и модерното чешко изкуство. – В: *Либерален преглед*, 23.08.2013, последно посетен, <<http://wp1109248.server-he.de/librev250/index.php>>.
- Кръстев 2009:** Кръстев, Мъчително извисяване от дупката. – В: „Култура”, бр.10, 2537,13.03.2009.
- Куюмджиева 2009:** Куюмджиева, Св. Потъваме. – В: „Култура”, бр. 35, 2562, 15.10.2009.
- Мавродиева 2004:** Мавродиева, И. *Европейската и атлантическата интеграция на България. Реторически аспекти*. София: УИ „Св. Климент Охридски”, 2004.
- Мавродиева 2012:** Мавродиева, И. *Политическата реторика в България: от митингите до WEB 2.0 (1989-2012)*. София: Парадигма, 2012.
- Папакочев 2009:** Папакочев, Г. Критиците на Черни и техните врагове. <<https://www.dw.com/bg/критиците на Черни и техните врагове/a-4779931>>.

Пунчева 2009: Пунчева. А., Писоарът, кенефът и ролята на изкуството. – В: *Darik News*, 11.10.2009, последно посетен 15.12.2019, <<https://dariknews.bg/>>.

Стефанов 1998: Стефанов, Св. *Културни измерения на визуалното*. София: Графити, 1998.

Стефанов 2003: Стефанов, Св. *Авангард и норма. Иновационни тенденции в българското изкуство от края на XX век*. София: Агата-А, 2003.

Стефанова 2017: Стефанова, Н. *Политическа реторика съвременни тенденции*. София: УИ „Св. Климент Охридски”, 2017.

Стефанова 2015: Стефанова, Н. *Кратък терминологичен справочник по обща и политическа реторика*. София: УИ „Св. Климент Охридски”, 2015.

Дългата сянка на измамната инсталация. – В: *Made for minds*, 17.01.2009, последно посетен 12.12.2019, <<https://www.du.com>>.

RHETORICAL ANALYSIS OF DAVID ČERNÝ’S ART INSTALLATION “ENTROPA: STEREOTYPES AND BARRIERS TO BE DEMOLISHED”

Assoc. Prof. Rossitza Yordanova, Ph.D.

Varna Free University “Chernorizets Hrabar”

Abstract

The aim of the rhetorical analysis of David Černý’s art installation “Entropa: stereotypes and barriers to be demolished” is to answer the following the questions: *What is the rhetorical situation? What is the audience it addresses? Who is the author? What is the purpose of the visual rhetorical message? In what genre can the art installation be placed? What visual images and visual argumentation are used to achieve the purpose? What is the effect and how did the audience respond to Černý’s installation?* The specific interdisciplinary scientific field of the relation between rhetoric and neoavantgarde art is the background against which we analyze the creation as well as the setting in which the art installation is perceived and interpreted as visual political rhetorics.

Keywords: David Černý, installation, rhetoric – neoavantgarde art, stereotypes and biases in intercultural communication, visual rhetorical images.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Йорданова, Росица. Реторичен анализ на арт-инсталацията на Давид Черни по проект на тема „Ентропа“ – стереотипи и бариери за разрушаване – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/11/rhetorical-analysis-entropa/>>

За някои тъмни места в генеалогията и феноменология на тренингите

Максим Мизов

Резюме: В статията се поставят и анализират слабо изследвани и преднамерено табуирани въпроси и казуси от феноменологията на тренинговите методи и техники. Показани и обяснени са някои дискретни връзки и зависимости между различни – синхронни или диахронни – епохи, типове общества и социални практики, в които формират и използват сходни или непознати за съвременните хора прототипни версии на днешните тренинги. Визирани са и някои тъмни страни от истинската история на най-заслужилия за тяхната популяризация учен – Курт Левин. Осветяват се и някои от корелации на тренингите с властта.

Ключове думи: власт, Левин, Тавистокски институт, тренинг, социален капитал.

Последните десетилетия демонстрират тенденция към ескалиращо разпространение и мащабна употреба на всевъзможни типове тренинги. Едва ли има политическа, икономическа, социална и културна институция, чиито кадри да не са преминавали поне по веднъж в годината през различни тренингови обучения. Според наши психолози, за последните 20 години използването на такива обучения е нараснало близо 30 пъти. Това едва ли е най-прецизната статистика. Първо, защото тя се отнася главно до дейността на организациите за психологическа и психиатрична помощ, а не до всички тренинги в другите жизнени сфери, и, второ, понеже в нея не влизат публично неоповестените тренинги в авторитетните политически партии, в които кариерното израстване задължително се обвързва и с такива обучения на техните елити или други функционери. Дори в най-мощните и парламентарно представени партийни формации учените едва ли ще открият подобни архиви или ще им бъде дадена точна информация за такива обучения. Но такова е положението и в бизнес средите, където тренинговите обучения вече са задължителен траферет и пълната информация за тях се смята за

конфиденциална; затова само частично и селективно може да бъде предоставена на изследователите и медиите.

Вездесъщността на потребността и ценността от тренингови обучения може да се „дешифрира“, само ако се свърже и с ескалиращото значение на ролята на *човешкия фактор* и *социалния капитал* в обществения живот, и в различните социални практики.

Днешните „гурута“ на тренингите и експлоатацията на човешкия/социалния капитал не знаят, забравили са или умишлено не използват завета на Сенека, че инвестирането в образованието и възпитанието на хората не бива да се върши по меркантилни подбуди и във вреда на интересите на обществото и облагородяването на човека. Ако в епохата на Модерността е безспорно положението, че съществуват безценни неща, то ерата на Постмодерността развенчава тази парадигма, заменяйки я с идеологемата, че няма неостойнотими феномени, нито парично некалкулируеми неща. Затова в нашата съвременност, където Пазарът е всемогъщ, а и комодифициращ всичко, вече няма жизнени сфери, в които тренингите да не са обвързани с пазарните начала, а и да не са се превърнали в дискретен инструмент за маркетингизация. Този *опазарен* статус на обучените създава ред предизвикателства, колизии и усложнения, нуждаещи се от други тренингови интервенции, за да бъдат снети от вахта предишните. Така се получава омагьосан кръг: прибягването до едни тренингови методи, форми налага употребата на други. На практика се утвърждават особени индукции, експоненциални нужди и експлоатации на взаимно мултиплициралите се тренинги. Неслучайно авторитетни психолози вече с тревога говорят и загрижено пишат, че е налице *системно, а и ненужно претоварване с тренингови процедури* в редица жизнени сфери, което пък превръща тренингите в част, инструмент и гарант на ненаситния пазар, и като фактор, създаващ нови проблеми или тенденции на явно объркване на съзнанието и поведението на ангажираните в тях хора. Показателно е разрастването на епидемията от *бърнаут* (професионално прегаряне или изпепеляване) на все повече лица/групи, значителна част от които са преминали и през всевъзможни, мащабно рекламирани тренингови обучения. Колкото и парадоксално да звучи/изглежда, тренингите също имат дискретен, а и значим принос за тази епидемия. Това показва, че тренингите не са (и не могат да бъдат) *гарантирана есхатология* от всевъзможните рискове, опасности и дори

кошмари на съвременния всемоушен пазар. И пред очите на нашите съвременници все по-често, а и все по-скандално се разиграват изненадващи тъмни афери, провали или скоротечни изчезвания на световноизвестни фирми, чиито кадрови потенциал многократно е минавал през всевъзможни, авангардни и ефективни тренингови обучения и практики и въпреки това не е успял да се справи с изненадалите го предизвикателства и безконтролни стихии на глобалния, регионалния, и местния Пазар. Затова колкото повече стават тренинговите търсения, предлагания, а и приложения, толкова повече, по-чести и по-тежки са едновременно съпровождащите ги фалити и дори изчезвания от пазара на концерни, корпорации и малки фирми, уповавали се на тренингите, влагали в тях крупни суми, вярвайки, че с тях ще станат *лидери*. А тази мрачна страна от днешната биография на тренинговите пандемии не се вади на показ и подлага на сериозни анализи. Тя се скрива и премълчава, защото *тренинговият бизнес* вече е станал част от панорамата на комодификацията и пазарната хегемония. Днес авангардните, високоефективните тренингови методи и техники се смятат за важен елемент от националната или фирмената сигурност. Затова откритите и въведени в оборот успешни методи и техники не са безконтролно, безусловно, веднага и тотално преотстъпвани на конкуренти, на всеки, проявяващ интерес към тях и желание да ги пробва в бизнеса си. Такова преотстъпване става с известно закъснение и при съответни условия и ограничения за дейността на онези, които ще може да ги използват.

Трансферът на политически шумно рекламирани „добри практики“ от богати, силни и развити държави в по-слаби, кризисни и зависими от тях страни често не води до сериозни изменения в постиженията на последните. „Добрите практики“ нерядко се оказват отдавна изведени от обръщение в богатите страни. Не е нужно да търсим примери от цял свят. Достатъчно ни е до видим и оценим докъде стигна България в много сфери на своя (политически, икономически, социален или културен) живот, които в годините на т.нар. преход към демокрация и пазарна икономика бяха обилно „импрегнирани“ с всевъзможни, гръмогласно рекламирани трансфери на „добри и прогресивни практики“. Много от някогашните „пионери“ на въвеждане и уж ефективно използване на съвременни (за своето време и ресорни практики) тренингови методи и техники, на „добрите практики“ от Запада вече не са на пазара, или даже са вече изцяло забравени.

Тренинговите методи и техники обещаваат слънчеви шансове за оптимално проникване в и използване (за различни цели) на „светая светих“ на човешкото същество – неговата психика, съзнание, индивидуалност, начин на мислене, емоционални и поведенчески реакции в различни жизнени ситуации. Съвременните научни открития и високите технологии непрестанно подхранват възможностите и способностите за *селективно манипулиране на хората* и за максимално експлоатиране на личностните им потенциали. В професионалния релеф и трудовата атмосфера на все повече фирми и управленчески ведомства ескалира инсталирането и употребата на високотехнологични устройства, влизащи в сблъсък с рекламираното в и от тренинговите сеанси и обучения. Полиграфът, непрестанното оптическо, акустично и пр. следене на вниманието, поведението и ефективността от дейността на служителите; сензори, перманентно бдящи, но и санкционират непозволени реакции и пр., са вече банална, ежедневно функционираща картина и инструментариум в много фирми. Действието им няма общо с прокламираното и гарантираното в тренинговите обучения, пледирани, че служителят може да си осигури пълна свобода на действие, да регулира, контролира автономно и продуктивно поведението и кариерното си израстване. Тази деликатна и нелицеприятна тема липсва от тренинговите дебати, ориентирани, контролирани да не се плъзнат към *опасни въпроси*, свързани с институционално внедрените и легитимирани одиозни елементи и механизми в трудовата среда, в отношенията с по-високопоставените в йерархията, и т.н. Участието в тренингови обучения се представя като задължително за професионалното и кариерно развитие, като се подминават с пълно мълчание фактите за многобройните професионални и човешки трагедии на лица/групи, които са били обучавани по най-съвременни тренингови методи и въпреки това са се оказали неадекватни, ненужни, брутално или перфидно изхвърлени зад борда от безжалостната конюнктура на пазара.

В тренинговите дебати и упражнения винаги се пледира за *реципрочност* или за *асертивно* отношение и действие към другите. Но това става в изкуствена среда, в специално и предварително озонирана междуличностна атмосфера, доста по-различни, или чужди на естествения пейзаж и климат на колегиалните отношения или зависимости в реалния живот, практиката. Затова не са и малко разочарованията на успешно миналите през тренингови обучения кадри, които по-късно не виждат очакваното или обещаното разбиране от колегите, не успяват да се придвижат по кариерната стълбица, разчитайки на

усвоеното в тренингите. Ако всичко, което хората научават в тренингите, в които те принудително/доброволно участват, се реализира напълно, щяхме да сме и очевидци на непрестанни лични/групови „доцелни скокове” по върховете на кариерната йерархия, а подобно трогателно явление (както всички знаем) липсва в живота, пък и в практиката.

За вярното и комплексно опознаване и ефективното използване на тренинговите методи и технологии от значение не е само вторачването в съвременните „биографии” и истории на тяхното функциониране. Далеч повече изгоди биха могли да се открият, ако взорът към тренинговите феноменологии се отправи към бездните и тайните на миналото. Така може да се „вдигне булото”, закриващо много мистерии или странности на днес използваните тренингови арсенали и репертоари в света, Европа, а пък и у нас.

Например, през август 2019 г. медиите съобщиха, че научен колектив в Швеция е открил значима корелация между хоровото пеене и спадането на нивото на стреса у хората. По моему, това едва ли е колосален пробив и безспорно научно постижение. Защото мелотерапията е отдавна позната и ефективно ползвана в много жизнени сфери. Известно е, че в гимназиите на антична Гърция обучаемите са учили законите на полиса и традициите на общността с пеене на мелодични химни и съдържащите се в текстовете им повествования за ценни нрави и порядки. Древните гърци са вярвали, че хармонията в мелодиите възпроизвежда космическата и обществената хармония, която трябва да се познава и отстоява. Ехото на това прозрение се ниже през хилядолетията, за да може и в нашата съвременност да сме свидетели на това, че дечицата в детските градини започват да опознават света, другите, пък и себе си също чрез песни и танци.

Всеки човек, участвал в тренингови обучения, знае, че в сценариите им има епизоди, свързани със запознанство с другите или с разгревки преди започване на заниманията, имащи прилики с детски игри. В международни тренингови проекти и занимания представители на страни и общества, смятани за еталони и хегемони в днешната глобална цивилизация, заедно с участници от по-слабо развити, изостанали държави, общества, култури и нации ентусиазирано се включват в такива изпълнения без да се шокират, че вършат нещо, приличащо на детски забавления. Тези факти не провокират сериозни размишления и дебати за странната *инфантилизация*, съпровождаща всеки тренинговия процес. Те се възприемат спокойно, като нещо естествено, закономерно, нормално и потребно. И те създават илюзията, че могат да заглаждат – като

с магическа пръчица – разликите в манталитетите и маниерите, присъщи за възрастовите кохорти. А така видени, мислени или оценени, *тренингите* започват да навестяват и озаряват човешкия живот от най-ранна детска възраст, а не (както ги представят) като свързани с трудово-професионалната съдба. Можем да изразим и обратната теза: в тренинговите сеанси възрастните хора неусетно и неосъзнато биват реално поставяни или сами се поставят в ролята на *деца*, на които предстои да научат, овладеят нещо ново и различно. Фактът, че игрите, ролевите ангажименти доминират в тренинговите сценарии, е показателен за некомментираните (в тренингите дебати) сходства между игрите на децата и възрастните, в които има много прилики, неочаквани аналогии, невероятни асоциации. Колкото и да не го разбираме, или приемаме, *детството на човечеството е тук и сега при нас* – в днешните тренингови сценарии и „гастроли”, които се представят за авангардни постижения на човешкия разум, оригинални иновации, гарантиращи прогреса и откъсването от утробата или люлките на по-близкото, или на твърде далечното минало.

Някои древногръцки философски школи са разчитали доста на моделите на съвместно проблематизиране, групово тълкуване на значимите теми. Сократ, Платон, Аристотел и други антични мъдреци са прибегвали до употребата на тези прийоми в своите академии, за да предадат знания, умения, или да формират качества, добродетели, характери и шлифоват индивидуалните темпераменти. Не е нужно тук и сега да визираще всички такива примери. Стига ни да напомним за перипатетиците, чиито научни дебати се провеждали в групови разходки из паркови алеи и сред природни красоти; или за хедонистките последователи на Епикур, размишлявали на богато отрупани трапези, или за дисциплинарни техники и практики на гръцките, или римските стоици, и пр., за да се убедим, че ползите от груповите дебати, а и занимания са прекалено отдавна известни.

Любезният читател не бива да мисли, че тези прийоми са нещо авангардно за античността. Те са валидни и за по-стари (ментални и поведенчески) трафарети, които в продължение на векове, хилядолетия са били неотменни части от историческия арсенал и социокултурния репертоар на хората от първобитните общества, цивилизации и култури. Всеки знае, че в зората на човешкото общество хората регулярно са правели групови обреди, ритуали, традиции, в които с песни и танци, или с вербални стереотипи са възпроизвеждали *сакрални за тях ценности и норми*, чрез които опазвали и предавали от

поколение на поколение емблематични значения, регулативни комплекси, знания и характеристики, съдбовно обвързани с идентичността на хората, жизнените им светове.

Регулярността и алгоритмите на такива усвоявания и усъвършенствания на знания, качества, умения и способности доста приличат на тренингови етоси. Обучението и възпитанието на децата, подрастващите, юношите и младежите в почит към и съхранение на племенните ценности, норми и обичаи налагали включването им в социокултурни кодове и процедури, чиито дискретни телеологии и техники са сходни с тези на тренингите. Песните, танците, митовете, легендите, приказките и пословиците не биха били станали част от персоналното или групово-поколенческото съзнание и битие на младите и неопитните без съвременната, квалифицираната помощ на рутинираните и мъдри представители на общността, без техните наставления и примери. Това е целева и реална, истинска *тренингова феноменология*, в която става препредаване на знания и умения от едни към други лица/групи. В нашата историческа съвременност тренинговата феноменология е масивно оборудвана с всевъзможни подобрения или редукции, с различни превърнати форми, със забележими и незрими техни модификации и форми, които никога не провокират разговори и тълкувания относно подобията им с миналото.

Затова без много усилия можем да открием и признаем, че прототипи или пролегомени на днешните тренингови методи, техники исторически са съществували доста отдавна.

Макар и твърде малко, има интересни научни изследвания и публикации, които са посветени на връзките и зависимостите между *шаманските ритуали* и употребите в тях на културно-исторически утвърдени вербални „матрици“, предизвикващи и някои (ментални, емоционални и поведенчески) реакции в индивида и общността, ангажирани в процедурите и феноменологиите на някои обреди, ритуали, инициации или традиции.

Днес някои (особено политически ориентирани и ангажирани) тренинги неоповестено занимават своите участници с дискретна репродукция на праисторически шамански типаж и техники. Те увлекателно демонстрират, а и натрапчиво „упражняват“ настоящите/бъдещите властници *защо* и *как* могат/трябва да изглеждат и действат като приличащи на истински, всемогъщи, но и неразбираеми от масата шамани – чрез осанката, походката, жестикулацията, мимиката, интонацията, проксемиката, и т.н., които следва най-прилежно, усърдно и точно да се отиграят в конкретните тренингови игри.

От дълбините на праисторията на човечеството до наши дни няма и не е възможна логика, техника и практика на различните видове *магии*, които да са изцяло лишени от съответни лингвистични арсенали и репертоари на субектите им. Дошлите от недрата на историята амбивалентни образи и повествования за всевъзможни типове вещици, вещици, магьосници, знахари, лечители, баячки, ясновидци, пророци, хироманти и т.н. никога и никъде не са били откъснати от специфичните им вербални аксесоари и репертоари, обикновено непознати и непонятни за „непосветените“ в тези мистерии и тайнства хора от нашата съвременност. Затова сеансите на такива мистериозни фигури винаги са били, а пък и днес са оборудвани с някакви словесни заклинания и проклетия, с всевъзможни благослови или анатем, най-често депозиран в конкретния съдбовен момент на тяхната ритуална проява, при това със съответни лингвистични „абракадабри“.

Анализите и тълкуванията на подобни странни феномени не бива да се търсят и намират в очевадния за нашата историческа съвременност бум на интереса и практикуването на всякакви езотерични занимания, а във властта и мистериите на Езика, Речта, Словото в живота и практиката. А тренингите, като значима част от живота и практиката на днешните хора, не могат да обърнат гръб, да не проявят любопитство, да не дадат свои обяснения и трактовки на магичното, мистериозното, непознатото, тайнственото в тяхната органика, при това по начин, във форми и чрез средства, които са им *инструментално нужни и практически полезни*. Те *обещават чудеса* в бъдещия живот на обучаваните в и чрез тях лица/групи, а чудесата не са чужди на мистериите, които не се разкриват докрай, а само в необходими параметри. Затова част от феноменологията и интригуващия сценарий на тренингите е да открехнат малко портите към многообещаващите им потайности и чудеса – толкова, колкото да възпламенят любопитството и задържат вниманието, интереса на участниците към тренинговата програма и терапия. И както може да се предполага/очаква, всичко това се прави чрез всемогъществото и необятните възможности на Езика, Словото и Речта; по-точно, на техните цели и селективни (явни или завоалирани, осъзнати или неосъзнати) експлоатации в тренингите.

Колкото и днешните хора да си въобразяват, че не са зависими от „гравитационните полета“ на историческите, груповите, родовите, фамилените или индивидуалните биографии на предшествениците си, с техните слабости, дефекти,

недостатъци и пороци, вече ежедневно сме свидетели, читатели и коментатори на разни казуси, в които се оказва, че нашите (знайни и непознати) събеседници, партньори сякаш са впримчени, зависими от сенките на миналото на техни (и на други) предшественици. Не случайно Карл Маркс находчиво отбелязва, че чрез традициите мъртвите дърпат за краката живите. А се знае, че много от религиите имат в своите догматики и култово-обредни практики, всевъзможни опции за непредотвратимото „изплащане на греховете на предците”.

По време на тренингите не се анализират и коментират възможностите и способностите на езика да обуславя, развива или премахва лингвистични шокове, травми, *нанесени от предишни тренинги*. А вербалните кризи, шокове и травми (Мизов 2018: 11–69) са важна част от живота и многоликите дейностни изяви на лица, групи, поколения, социуми. Някои от тях са или могат да бъдат сътворени, но и пласирани чрез тренинги. Анализите и интерпретациите на генезиса, естеството, функционалните мисии и ефекти на различни видове езици в тренинговите дебати и упражнения винаги се ориентират в други измерения, които не отправят реверсии към сътвореното в други тренинги, макар че именно с такива проблеми или ефекти често се сблъскват участниците в тренингите. Всевъзможните дефекти, недостатъци, слабости, пороци, опасности, вреди и щети, провокирани и нанесени от предишни тренингови сеанси, умишлено се пренебрегват, премълчават и скриват, като обикновено (или задължително) се представят за елементи на по-крупни структури, процеси и тенденции в обществото. По време на тренинги на политически мениджмънт или маркетинг се обсъждат недостатъците или предимствата, ползите или вредите на отделни политически езици, които са вадят от органиката на политическия живот на обществото, на партии, коалиции, и от провеждани от тях тренинги. А реално най-често и лесно сдобиването с такива „екстри” става в тренинговите обучения, през които задължително или прекалено често минават партийните креатури.

При доста от съвременните тренинги се правят „сондажи” и смислови дехерметизации на тайните не толкова на генеалогии на участниците в тях, колкото на потайности, умишлено или неосъзнато скрити неща в произхода на цели поколения в някоя структура, чиито представители в този момент се „упражняват” и взаимно опознават в хронологията и сценографията на тренинговите занимания. Така отскоро или

отдавна възникнали и препредаващи се дефекти, ментални и професионални навици, привички, стереотипи, трафарети, предразсъдъци и предубеждения, ограничаващи, или затормозяващи оптималното разкриване на потенциала на кадрите, биват ситуативно и атрактивно „дешифрирани“, като занимателно се илюстрира как генерационните слабости могат да се преодолеят. Груповото опознаване и анализиране на такива (мистериозни и повтарящи се в биографията на дадена структура) събития дават възможности в бъдеще те да се избягват в личната/корпоративната дейност – частично, или изцяло.

Интересът към и привлекателността на тренинговите бонуси се раждат и множат и от друга тяхна характеристика, отнасяща се до времевите им параметри и специфики. Инструментално формираните и форматираните претенции и очаквания на участниците в тренингите са, че човек може/трябва за *кратко време* лесно, добре и полезно за него да придобие знания и умения, които после да му отворят „царски двери“ към професионални успехи и кариерен алпинизъм. Официалното, неизказаното, ненаписаното *лого върху портрета* на тренингите е „Елате при нас, за да ви научим как най-бързо да успеете в някоя област“. В хода на тренинговия процес това лого добива реално въплъщение и практическо значение. Обаче в тези случаи се прави фина спекулация или манипулация с темпоралността, с нейните лица и прояви в публичния и частния живот. Тренингите афишират и акцентират само на една отделна, или поне на някаква семпла конфигурация от многобройните комбинации на времеви дименсии в човешкия живот. Те принципно, системно пренебрегват, омаловажават и целенасочено, инструментално елиминират огромната сложност и противоречивост, възможните и реалните дистанции и конфликти между темпоралните феномени. В рекламните им визии темпоралността сякаш е с една посока, свързва се с и гарантира само това, което е желано или очаквано.

В хода на своето провеждане тренингите не ангажират вниманието и мисълта на участниците с размисли за това, че в живота и практиката *винаги има* не малко на брой и разнообразни по качество времеви колизии. „Часовниците“ на всяка отделна жизнена сфера, в която човек е ангажиран, не могат лесно и бързо да бъдат „курдисани в един час“, нито постоянно, синхронно да отчитат еднакви темпорални фиксации на битието. Целият неотменен, реален плурализъм на Времето – епохално-историческо и екзистенциално-всекидневно; лично, групово, общностно, генерационно и обществено; афективно и психическо; политическо, икономическо, социално, цивилизационно и културно,

професионално, свободно, битово, и пр., в тренинговата иконография и технология се сплесква, премахва с безцеремонност и потресаваща безнаказаност. Въпреки историческата и екзистенциално-всекидневната зависимост и подвластност на човешкото мислене и битие от Времето, тренингите уверяват, че само по желанието, волята, усърдието и усилията на човека е то да се движи в съответен ритъм, да му служи всеотдайно, да се движи с хода на неговите потребности, интереси и стремежи. След като Времето изглежда толкова лесно манипулируемо от тренирания субект, неизбежно е изплуването на фикцията, че човек може автономно и лесно да се справи с естеството, особеностите, мисиите, темповете и ефектите на различните темпоралности, изграждащи тъканта на неговия живот. По този начин вече не Времето формира и налага своя ред и темп на човека, а последният може да го регулира, контролира, променя, ускорява или забавя в унисон с личните си желания, намерения, цели и жизнени проекти. Няма невъзможни неща, нито пречки и препятствия, с които човек да не може да се справи, стига да пожелае, но и ако се въоръжи с нужните му за успехите знания или умения. Независимо от и въпреки факта, че в тренингите до втръсване се лансира или набива в умовете на участниците в тях идеята, че Времето може да бъде в тяхна полза/вреда, по същество, незабележимо и тихомълком Времето се оказва с „отрязани“ прерогативи, защото то се описва, или перфидно представя като мек пластилин, който участвалият и успешно преминал тренинговите „инициации“ човек може да форматира както си ще.

Илюзията, че за няколко часа/дена човек може – стига да иска, – да добие знания и умения, които други хора постигат за много години и с огромни усърдия и усилия, или няма да усвоят, е магнетична и заразителна; особено в приятна, а и вдъхновяваща среда, в която всички могат/трябва да повярват в това *чудо*. Тъкмо подобна е (и следва да е) е тренинговата среда и циркулиращата в нея груповата атмосфера. Не дискретно или иносказателно, а директно и буквално изказаната *парола* за гарантирания от треньорите/менторите успех на обучаемите, се свежда винаги до това, че *няма невъзможни за преодоляване прегради и трудности, ако човек има нужните знания и умения* своевременно да ги опознае и добие желание, интерес, воля и характер да ги отстрани от пътя си. С малко повече старания и усилия (това зависи от човека) и смятаният от другите за неудачник индивид може да се измени в неочакван за тях вид. А

над тази примамлива перспектива биха се замислили дори комплексари, които нищо друго не би мотивирало.

Това се отнася и за *пространството*. Тренинговият патос и етос демонстрират, макар и публично негласно, особено *евклидово*, а не риманово пространство. В иконографиите и опциите им няма издатини и вдлъбнатини: всичко е равно, лесно преодолимо, постижимо, стига човек да успее (чрез тренингови процедури и терапии) да се снабди с верния за неговите интереси и изгоди компас за ориентация в такива пространства. И тренингът поражда илюзии у човека, че може да бъде „самодържец” не само на Времената, а и над Пространствата, които може самоволно да конструира и пълни със събития, да ги йерархизира и експлоатира по свое усмотрение. Той раздува до безкрайност шансовете и способностите на човека автономно и целесъобразно да формира, форматира, регулира и управлява *своя график и трафик* в различни видове времена и пространства, винаги подчинени на някаква доминираща негова цел. Тренингът реално, завоалирано, негласно суспендира Времето и Пространството, свеждайки ги до техните измерения, които са утилитарно потребни на субекта. Така вече професията и кариерата се оказват/представят едва ли не като субстанциално най-важните аспекти в живота, а и за личностното развитие, за цялостната биография на човека, без да се спомене или покаже, че именно в тези сфери човек е най-зависим и служещ на други лица и институции, които обикновено малко, или едва ли изобщо мислят за неговото житие-битие.

Иначе казано, *всеки човек може да спечели*, независимо от и въпреки стечението на обстоятелствата, ако силно повярва в себе си, страстно пожелае и се постарее да се въоръжи с нужните му (за съответни житейски, професионални и други казуси или ситуации) знания, умения и навици. Подобна визия може леко, но и бързо да *прекраси границите* на възможностите на субекта, на зависимостите му от и обвързаностите му с обективната действителност. Тя може да се изтълкува и като апология на личността, но и същевременно, или в по-друг контекст, и като солидна дискредитация на реалността.

Участвалите в различни тренинги сигурно помнят доста неща от провеждането на техните процедури, но едва ли си спомнят дали им е казано нещо по-специално за генезиса на използваните в тях методи и техники. Дори там и тогава, където и когато менторите/треньорите с няколко думи специално подчертават, че използваните от тях

методи и техники идват от водещи страни и компании, тези изказвания повече отклоняват, отколкото да фиксират вниманието и коментарите към важни, но премълчани обстоятелства. Такива описания и обяснения създават превратната визия, че тренингите са *универсално* достояние на човечеството и са безразлични към, дезангажирани, нерепродуциращи генетичните биографии, а и иманентните си телеологии. На обучаемите в тренингови занимания най-често се обяснява, че благодарение на усвояване на преподаваните им знания и умения, *те ще постигнат мечтите си*, без да им се разкрива, че тези мечти винаги имат и съответен смислов и ценностно-нормативен код, който е неразривно свързан с етоса на дадени цивилизации, култури и общества, техните режими.

Известен факт е, че съвременните тренинги са конкретно-исторически продукт и социокултурен инструмент на *западните общества, цивилизации и култури*. Дори създадените или рекламираните като *самородни* тренингови методи и техники на незападни страни, цивилизации и култури не са лишени от съответни връзки и зависимости от западните постижения в тази сфера. Затова, казано с философска терминология, те „носят в диалектически снет вид” иманентни характеристики на *западния човек*, на неговия манталитет и маниер на светоотношение, поведенческа стратегия и тактика.

Не е трудно да се „разконспирира” подобна тайна, само че това не се прави в съвременните тренингови занимания. Ако внимателно, задълбочено се взрем и анализираме това, което преследват тренинговите визии и технологии, ще установим, че прословутите западни „добродетели”, а всъщност често пороци – индивидуализмът, кариеризмът, инструменталната експлоатация на другите хора като суровина и средство за персоналното духовно благоденствие и материално благополучие и т.н. – са дълбоко внедрени в телеологията и праксеологията, които тренингите дискретно „сервират” и натрапват в обучаемите лица/групи. Тази скривана и премълчавана особеност няма как да не оказва съответни *ерозивни влияния и корозионни ефекти* върху идентичността на обучаваните лица. Искат или не, в тренинговите упражнения всички участници стават повече, или по-малко *западняци*, независимо от това дали го осъзнават, или не. Защото тренингите възпроизвеждат *западния* манталитет с афишираните или завоалираните му претенции да си осигури космополитна власт. Тренинговите телеологии и технологии неоповестено и методично *унифицират* идентичността, мисленето и поведението на

участниците в тях съобразно *по-силните* във властови или в друг аспект смислово-ценностен порядък „кодове“. В тяхната среда или атмосфера представителите на Изтока трябва да пренастроят своето мислене и действие, да се разграничат от изконните за тях ценности и норми, без да осъзнават, че с тренинговите логики или инструментариуми те възприемат и утвърждават в психиката, душевността, поведението и битийността си и нещо *друго*, в много случаи *чуждо*, потенциално опасно за идентичността им. Затова е много по-вероятно или пък дори е сигурно, че руснаците, японците и българите могат да се „американизират“, като начин на мислене и действие в тренинговите упражнения, отколкото американците да се „русифицират“, „японизират“, или да се „побългарят“.

Международните съвместни тренинги често вадят на показ и най-категорично потвърждават реалността на тези завоалирани процеси на *идентичностно пренастрояване*. За тези опасни ефекти обаче менторите/треньорите никога не си позволяват да говорят. Това не значи, че към тренингите следва да се подхожда и те да се оценяват предубедено, с предразсъдъци и стереотипи. Ако искаме вярно и обективно да ги разберем, а и комплексно оценим, те следва да се анализират, оценяват и тълкуват многопосочно; най-вече откъм тези им характеристики или скрити особености, които по традиция никога не се демонстрират, нито обичайно и често се дискутират, или обилно коментират.

Тренингите създават и утвърждават в психиката и съзнанието на обучените в тях лица *илюзията*, че жизнените им избори и съдби зависят изцяло, или повече от всичко друго от персоналните им знания, качества, способности и таланти. Те формират и публично легитимират фикцията, че *автоадиктологията*, т.е. зависимостта на субекта от самия себе си, е по-важна, по-ценна, по-мощна и по-ефективна от всяка друга адиктология, родена, властваща в жизнени сфери; в публичния и в частния живот на човека.

Тази фикция са прокаква и натрапва в съзнанието и психиката на обучаемите лица/групи в тренингите при условие, че менторите/треньорите не са и реално не могат да бъдат гарантирано *по-добри* в чисто професионален план от своите обучаеми в този момент. Практиката сочи, че за треньори се подбират и използват не *най-отличилите се* в някоя професионална сфера. Често такива могат да бъдат и лица, които не са се занимавали пряко с даден вид трудова дейност или не са опознали от личен опит

изпитанията на кариерното „подвижничество”. Шеговитата и парадоксална английска поговорка, че който не успява в бизнеса, отива в политиката, а който не става за нея, търси утеха в преподавателската дейност, не се вади на показ, не се коментира от треньорите. Но точно такива персони или професионалисти могат/трябва да формират, „ошлайфат”, формират, полират и мотивират съзнанието и поведението на обучаваните, които понякога могат и да са безспорно признати в тяхната среда специалисти, но да не притежават изобщо нужните за ментора/треньора когнитивни, психични и други качества. Във всички монографии, енциклопедии, антологии и учебници, особено в разделите им, посветени на историографията на тренинговите методи и технологии, се визира огромният принос на *Курт Левин* за формирането и популяризацията им. Фундаментално значение за тренинговите методи оказват идеите на Левин за *груповата динамика* и *социалното поле* (Левин 2000; 2001). Никъде в тези трудове не се споменават или анализират подробно неговите връзки и зависимости с прословутия, а и обвеян с тъмна слава Тавистокски институт. Само в една-две книги и то с по някой ред се отбелязва участието на Левин в спонсорираното и съвместно издавано от Тавистокския институт и научното звено на Левин към Изследователския център за групов динамича в Масачузетския технологичен институт списание „Междоличностни отношения” (Human Relations). А задълбоченото анализиране или комплексното тълкуване на тези дискретни и трайни връзки и зависимости на Левин с Тавистокския институт могат да представят в *съвсем друга* (проблемна и интерпретативна) светлина спрямо тази, която е тривиална.

В посветената на тренингите литература се скрива и премълчава цялата история и основното предназначение на Тавистокския институт, на неговите проекти и успехи, свързани и с много трагедии в различни периоди и точки от земното кълбо, на неговите законспирирани съвместни проекти с авторитетни западноевропейски и североамерикански университети, посветени на фино манипулиране и контролиране на човечеството и поставянето на историческото му настояще/бъдеще „под знаменателя” на тайните сценарии на глобалните олигархии. Именно такива проекти фактически раждат и легитимират другото, официалното, или публично приемливото „лице” на тренингите, както и на дискретно плъзналата навред, а и ефективно използвана тяхна мрежа в нашето съвремие, която обслужва същите телеологии, но и пласира свои кадри по „върховете”.

С лупа трябва да се търсят и намират съчинения, в които се разкрива цялата истина за съпричастието и участието на К. Левин в разработката и реализацията на плановите за масирани бомбардировки над градове в нацистка Германия, при които загиват стотици хиляди невинни хора, на огромно и цивилно население, което е тяхна жертва. И никъде в тези писания не се коментират обстойно и прецизно контактите и услугите на Левин към любимия си преподавател и ментор Джон Ролинг-Рис, всепризнатият по това време, а и в могъщите тайни общества „гуру“ на психоманипулациите, който е основател на Тавистокския институт и водеща фигура в много от най-мощните и коварни сценарии, обвързани с битките на Запада с Изтока (Эстулин 2014), а и с дълготрайното, и упорито скриване на истината около „социалния инженеринг“ на знаменитата група Бийтълс, значителна част от репертоара на която фактически принадлежи на друга, но и неосветявана от прожекторите на известността, а инак значима научна фигура – Теодор Адорно, след чиято смърт ливърпулската четворка мистериозно, внезапно и шокиращо за своите любители по целия свят преустановява завинаги своята творческата кариера. Днес вещи експерти разшифроват имплантираните в мелодиите и текстовете на знаменитата група опасни психовируси и егрегори, които по онова време си пробиват път и днес, десетилетия след изчезването от световната сцена на групата, продължават тайно, неусетно и подсъзнателно да моделират психиката на нови поколения на техни адепти.

Публична тайна е, че тренингите са особен *властови* инструмент, без обаче да се уточнява *кого и защо* те обслужват по своите най-дълбинни и стратегически интенции. Те са дискретно поле или неосъзнат полигон за експериментиране и легитимиране на конкретни символни йерархии, властови идентичности, идейно-политически практики. Те се организират и провеждат без конкретно да се визират най-печелившите от тях, а, вместо това, се натрапват илюзиите, че те са изцяло в полза на обучаваните в тях лица. Формирайки и формтирайки по свой, често публично неогласен, начин социалния капитал на обществото, в дадена сфера на практиката, от хоризонтала и вертикала на социалната пирамида, тренингите дискретно участват в производството, финото рекламиране, легитимиране и консумиране на човешкото присъствие и участие в неоповестените и тайни сценарии на историчността и всекидневието, обслужващи конкретни елити. В този контекст дори външната деидеологизирана обвивка на

тренинговите занимания реално не премахва, а дискретно мултиплицира идеологическите им заряди и инвенции. Нещо повече, инструменталната *неформална* среда и атмосфера при техните процедури са ефектни и ефективни *маскиращи* механизми за воалирано транслирани чрез тях *институционални* – външни и вътрешни – властови порядъци, регулации и дори цензури, които манипулират и формират психиката, съзнанието, поведението и битието не само на отделни лица или групи, а и на цели поколения, на различни общества, нации и т.н.

Тези, а и редица други, тъмни или преднамерено неосветени, некомментиранни, но и табуирани за научните анализи места и въпроси от историята на тренингите изискват коренно друга аналитична и интерпретативна оптика, която обективно, безпристрастно и достоверно да разкрие цялата истината за тяхната биография и функционална мисия. Да се надяваме, че близкото бъдеще ще ни предостави такива дискурси и удоволствия.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Левин 2000: Левин, К. *Теория поля в социальных наук*. СПб.: Сенсор, 2000.

Левин 2001: Левин, К. *Динамическая психология. Избранные труды*. Москва: Смысл, 2000.

Мизов 2019: Мизов, М. *Политическите езици в „прехода“ към демокрация*. Том 2. София: Авангард Прима, 2019.

Эстулин 2014: Эстулин, Д. *Тавистокский институт*. Минск: Попурри, 2014.

ABOUT SOME DARK PLACES IN GENEALOGY AND PHENOMENOLOGY OF TRAINING

Maksim Mizov

Professor, Ph.D., Center for Historical and Political Studies

Abstract

The article presents and analyzes poorly researched and deliberately taboo questions and cases of the phenomenology of training methods and techniques. Some discrete relationships and dependencies between different – synchronous or diachronic – epochs, types of societies and social practices are shown and explained in which prototype versions of today’s trainings are formed and used by modern people. Some dark sides of the true story of the most deserving scientist, Kurt Levin, were also mentioned. Some of the correlations of training with power are also highlighted.

Keywords: authority, Levin, Tavistock Institute, training, social capital.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Мизов, Максим. За някои тъмни места в генеалогията и феноменология на тренингите – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587.
<<http://medialinguistics.com/2020/01/11/trainings-genealogy-and-phenomenology/>>

Въздействието върху другия в психотерапевтичната и медицинската практика

**Румяна Крумова-Пешева
Харалампи Пешев**

Резюме

Професионалните взаимодействия в психотерапията и медицината са важен лечебен инструмент, съдържащ голям брой елементи и специфики. Това са изцяло структурирани отношения, в които се изгражда своеобразен работен алианс. Цел на настоящия материал е да представи част от особеностите на въздействието върху другия в пространството на психотерапевтичното общуване и на общуването в медицинската сфера. Насочена е към методите на възможна манипулация, протичаща на съзнателно и несъзнавано равнище. Манипулативността в подхода се съдържа във влиянието на характеристики като: външен вид, невербално поведение, тон и интонация на гласа, сила на звученето на изказа и др. Свързана е с определени внушения за добронамереност, сигурност, конфиденциалност, общност, власт, автономия и др.

Ключови думи: психотерапия, медицинска практика, манипулация

ВЪВЕДЕНИЕ

В границите на метапсихологичния анализ можем да разглеждаме въздействието върху другия човек като особено важен и съществен елемент от „територията“ на професионалното общуване. В психотерапевтичната и медицинска практика това въздействие се явява специфичен феномен – фактор и следствие на лечението, промяната и развитието. В качеството си на фактор то изисква голям брой умения от страна на специалиста, за да може той да ръководи един ефективен работен процес. Като следствие

въздействието е част от терапевтичната връзка, компонент от лечебната атмосфера. Явява се резултат, дължащ се на множество съзнателни и несъзнавани причини. Включва редица преносни и контрапреносни „отговори“, динамика и разнородна афективна „зареденост“. Красноречивостта, яснотата и конкретността на посланията на психотерапевта и лекаря спрямо пациента са едни от значимите критерии за успешен терапевтичен алианс.

Във всяка професионална връзка в психотерапията и медицината стремежът на специалистите е да се разграничат от оценъчната логика за пациента. Необходимо е да се изключват моралните преценки, споровете, убеждаването и разубеждаването, принудата, натиска и др. За този род комуникация са валидни понятията за граници, йерархичност, равнопоставеност, власт, влияние и въздействие. Поемането и носенето на отговорност за болния предполага изграждане на професионален стил, категорични ценности, „стойка“ на специалиста, доверие и интроспективно разбиране в един уникален микрокосмос. Етичните и коректни взаимоотношения включват разбирането за терапевтичната неутралност и за устойчивостта на ролевия идентитет. Многогранността на лечебния процес се отнася до различните релации в интрапсихичен и интерперсонален смисъл между лекаря/психотерапевта и пациента, до откритостта, толерантността и разбирането. От постигането на успешно работно взаимоотношение в значителна степен зависи изходът от страданието и болестта. Процесът и съдържанието на това взаимодействие се формират през призмата на различните времеви дименсии, като целта е оптимистичната проекция на бъдещите перспективи.

ОБСЪЖДАНЕ

Комуникацията в психотерапевтичната и медицинската практика съдържа в себе си различни равнища. Можем да разглеждаме тези равнища по линиите на рационалното и емоционалното, на съзнателното и несъзнаваното, на санкциониращото и удовлетворителното, през чувството за безпомощност и търсенето на смисъл. Рационалното разбиране на психотерапията и лечението е изключително необходимо, за да бъде пациентът в състояние да възприема целите, етапите, трудностите и възможностите на диагностиката и терапията като сложен и многопластов процес. От съществено значение е той да си дава сметка за дългосрочността и закономерностите на

този процес, да приема психотерапевта или лекаря в тяхната убедителна експертна позиция. Интелектуализациите, които възникват, често са свързани с преценката на компетентността на специалиста от страна на пациента, със способността на лекаря и психотерапевта да провеждат професионална интервенция. Съжденията могат да бъдат в редица случаи част от естествената съпротива, да носят защитен смисъл и да се задействат, за да предпазват от промени, които нарушават преживяването за безопасност. Рационалните елементи често са в корелация с битуващите нагласи за търсене на помощ, които се формират в закономерна динамика и съдържат разнородни компоненти. В нагласите се включва въздействието на миналия опит на болния от посещения на медицински институции, от положителното и отрицателно отношение, изградено на основата на информации и митове относно психотерапията, психотерапевтите, лекарите и болничните заведения. Позицията и отношението се активизират в голяма степен на основата на схващания и модели на здравно поведение. Включват различни „сценарии“ на търсене на помощ, както и патерни на боледуване и здраве.

Разнообразните форми на съпротива на пациентите се явяват важен момент от лечението, независимо от и заедно със заявената готовност и мотивация за лечение. Съпротивата е естествен несъзнаван защитен феномен, охраняващ „статуквото“ – старото и добре познатото. Новите елементи са винаги съдържащи заплахата, противоположно на идеята за промяна и справяне. Работата със съпротивите е основен пункт и главна техническа процедура в психоаналитичната психотерапия. Защитните тенденции създават сериозна вътрешна опозиция у болния срещу всичко, към което съзнателно се стреми. Съпротивителните тенденции са по своята същност вид противодействие против процедурите и процесите на лечение и промяна. Тяхното разрешаване по-нататък в терапевтичния процес се очаква да се реализира чрез идентификация на пациента с работното отношение на специалиста и да провокира към прогресия и преодоляване на болката, травматизма и страданието.

Непосредствено свързано с рационалното равнище, е емоционалното ниво, което отново съпътства нагласата и мотивацията, но също и процесите на изграждане на доверие и доверяване, на недоверие, съмнение, скептицизъм и др. Афективният компонент е подчинен на усещания, които са психодинамичен „продукт“, но могат да изиграят решаваща роля в психотерапията и в медицинското лечение. Болният е склонен да

регресира несъзнавано до най-ранни, инфантилни етапи в личностното си развитие, в които е изпитвал нужди от подкрепа и помощ, от успокояване и окуражаване. Той търси и се стреми да бъде воден и напътстван, да се реализират вътрешно-психичните му потребности и желания. Има необходимост от добиване на усещане за сигурност и защитена среда, без болка и без опасности. На тази основа неговите очаквания към професионалиста са насочени към обгрижването и редуцирането на тревогата и безпокойството.

Регресивните движения по закономерен път в професионалното общуване се „срещат“ с фрустрацията. Фрустрационният толеранс при различните болни е различен, но от него в голяма степен зависи колаборативността между психотерапевта/лекаря и пациента (Hartley 2010). Нужно е да бъде умерено и успешно дозиран, за да не преминава в границите на хладно, безцеремонно, съблазняващо или садо-мазохистично отношение. Трябва да държим сметка за потребностите на болния от внимание, грижа и забелязване, но в същото време е наложително да знаем какво да правим с тези потребности. В психотерапевтичното разбиране ги посочваме и изясняваме на пациента и те стават база за интерпретиране и за постигане на инсайтни съдържания. В медицинската практика разрешаването на фрустрациите на болния често се провежда под формата на даване на конкретни прескрипции и препоръки. Предписанията се явяват опората, която създава у другия усещане за някакъв вид контрол върху ситуацията. Затвърждават чувството, че е попаднал, „където трябва“. Явяват се вид противодействие срещу безпомощността и безперспективността. Свързани са с чувството за надежда – изцяло необходимо при търсенето на решения и изход. Насоките от лекаря към болния са послания за наличието на алтернативност срещу идеята за едновариантно решение.

Болката като сигнал за опасност активизира винаги регресивни движения, но също така – и процесите на търсенето на помощ и на разрешаването на проблема. Тя може да забави, но и да интензифицира терапевтичния процес (Spurgeon 2011). Болковото усещане провокира несигурност, заплахата и редица страхове и опасения у болния. То може да задържи и да забави прогресията и да наруши ефективността. Постигането на контрол върху болката и в психотерапевтичната, и в медицинската практика се явява важно условие за успешното въздействие с позитивна проекция в бъдещето. Важно е болният да съумее с помощта на специалиста да си представи оптимистични варианти и изходи от

проблемността на физическо и психично равнище. Нужно е да си дава ясна сметка и за собственото си участие като субект, а не като обект на специализирана интервенция.

Когато поставяме въпроса за терапевтичното влияние, от значение е да отчетем факта на йерархичността. Независимо от и наред с идеята за безспорната равнопоставеност на човешките същества, психотерапевтите и лекарите встъпват в строго формализирани и йерархизирани взаимоотношения със своите пациенти. В тези взаимоотношения съществуват точно определени супериорни и инфериорни позиции и роли. Йерархиите се основават на разнородни показатели, но съдържат идеята за властта, воденето, менажирането, лидерството, управлението и контрола. Темата за доминиране в професионалното общуване включва конкретни и ясни насоки, които е подходящо да съобразяваме в клиничната работа (Stanton 2010). Тук се съдържат идеите за контролирането и подчиняването, както и страховете от манипулиране, намеса в личното физическо и психично пространство, опасенията от загуба, обезценяване, обезличаване, инвалидизация и край.

В разбирането за ефективния професионален стил винаги се съдържа идеята за това, че специалистът трябва да има способността да упражнява власт над търсещия помощ, както и да умее да я основава на компетентност и ангажимент по отношение на другия човек. В никакъв случай това не означава да притежава властолюбие и хитра манипулативност. Още повече, когато се работи със сериозна фрустрация, напрежение и болка. По-скоро упражняването на властта се отнася до уменията да се ръководи работния процес, да е налице способността да помагаш като въздействащ, да се придържаш към ясни и категорични лични и професионални ценности и модели. Тук се включва способността на специалиста да се откаже от желанието за абсолютно превъзходство, за всемогъщество и монопол от позициите на някой силен спрямо някой слаб. Терапевтичната атмосфера е необходимо да се различава напълно от авторитарността и тоталния контрол.

Властта включва в себе си множество привилегии и отговорности, които позволяват на индивида да поставя граници, да налага позитивни и негативни санкции и да определя и дефинира поведението на участниците в един изцяло формален контекст. В този смисъл решаващи се явяват възможностите на психотерапевта или лекаря да разпознават успешно и точно проблемите, потенциала и потребностите на търсещия

помощ, да създават пространство на добри екипни взаимодействия, да стимулират стремежа към промяна, развитие и прогресия, както и да изпитват удоволствие и удовлетворение от собствената си професионална дейност. Макар и парадоксално, техните функции следва да се простират в границите на баща с майчински черти или на майка с бащински черти. Тук идеята се отнася не до полови характеристики, а до конкретни психични функции. От значение е специалистът да може да присъства, без да се отчуждава от болния, но и без да бъде свръхпротективен спрямо него. Необходимо е да може да води като партнира, а не да изземва отговорността на другия, лишавайки го от автономия и активност. Важно е да не изпитва страх и неувереност пред управлението на диагностичния и лечебен процес, а да притежава увереност в собствените си възможности.

От решаващо значение е постигането на ефективен работен алианс между психотерапевта или лекаря и неговия пациент. Упражняването на власт очертава границите на едни формални, етични и коректни релации. Отнася се до способността за поддържане на структурирани отношения, без да се взима страна и без да се подхожда оценъчно. Недопустимо е да се проявява критичност или назидателност в лечебния контакт. В психоаналитичното разбиране психотерапевтичното и медицинското пространство изключват позициите на убеждаване и разубеждаване, на морализаторстване, на интелектуална конкурентност и др. Важно място в разглеждания контекст има уважението спрямо версията на болния относно собственото страдание и относно причините за болестта. Схващанията на пациента често се явяват основен елемент на психичната и соматична диагностика. Умението да ги „чуваме“ предполага индивидът да бъде разглеждан цялостно, а не като отделни функции или симптоми. Диагнозата е процесен и динамичен феномен. В психоаналитичната психотерапия е категорично схващането, че диагностиката и лечението съвпадат. Те вървят успоредно и се коригират взаимно в отделните етапи на професионалното взаимодействие.

Психотерапевтът и лекарят разполагат със силата и отговорността да ръководят един сериозен и задълбочен процес с неподготвен и непредубеден за това индивид. Важно е да притежават организационни способности – функция, в която присъства идеята, че един клиничен факт е такъв само в границите на конкретно теоретично направление. Смесването на стилове води до неефективно провеждане на терапевтичната дейност. Необходимо е винаги да отчитаме наличието на разнородни предварителни очаквания,

опасения и страхове у болния. На част от тях той е подвластен съзнателно. Други се активизират несъзнавано още преди началото на професионалната среща. Често са причина за редица пречки и трудности в работата. Съдържат закономерен характер и е подходящо да отчитаме тяхното въздействие върху пациента. По тях се ориентираме не само вербално, в съдържанията и фактите, а чрез различните невербални сигнали, които ни ориентират в провеждането на т.нар. емоционална диагностика.

Специално място в работните взаимоотношения заема елементът на принудата, чието включване е с оглед спазването на условията на рамката на професионалното общуване. Правилата при всеки клиничен случай се превръщат в ориентир за формален контекст, но и в нещо, което по-късно може да бъде „атакувано“ от пациента. Произтича от неговата потребност отношенията му с психотерапевта или лекаря да бъдат неформални. Това е една закономерна и разбираема потребност, продиктувана в повечето случаи от несъзнаваното желание да бъдеш на страната на силните, да омилиставиш „Големия“, да се коалираш с авторитетната фигура, за да си гарантираш сигурност и защитеност. Пациентът изпитва потребност от подобни коалиции като вид гаранция срещу хаоса на неизвестността, на слабостта и безсилието. Той се нуждае от чувство на свързаност и принадлежност към екип, което играе за него структурираща роля. Явява се гаранция срещу заплахата от деструкцията, срещу паниката и ужаса на внезапността.

Въздействието върху другия включва и елемента на възнагражденията, който се отнася до прогресията в терапевтичния процес. Прогресивното има връзка с идеята за лечение, водено от професионалист, който умее да го отчита, разпознава, валидизира и дефинира. Притежава също регресивни източници и е необходимо да бъде дозирано с оглед на това да не се превърне в сериозна и интензивна пречка пред автономизирането на пациента. Болният се нуждае от факта и посочването на прогресията, за да бъде убеден в ефективността на лечението и за да поддържа мотивацията си за него. Успехите са път към изграждане нагласа на оптимистично очакване и на приемливи и позитивни проекции в бъдещето.

Въздействието е свързано и с въпросите за трансферните и контратрансферни аспекти, включващи мисли, преживявания, емоции, фантазии, очаквания, страхове и други спрямо личност в настоящето, но съдържащи несъзнавани, изтласкани корелати. Съдържанията на преноса и контрапреноса възникват спонтанно в развитието на

професионалната комуникация, но могат да я фасилитират или саботират в определени моменти и периоди. Фройд дефинира пренасянето на чувства като огромна трудност и пречка, но и предимство и гаранция за успех, когато владеем механизмите да го разпознаваме и използваме удачно (Фройд 1991). Разкриването на преносните елементи е в състояние да окаже влияние върху доверието, стабилността и ефективността на лечебната атмосфера. Изграждането на пренос се реализира постепенно в общуването между специалиста и пациента и включва, освен отношенческия аспект, редица други компоненти като: външен вид, пол, възраст, тембър, тон и интонация на гласа, характеристики и овладяност на позата и жестовете, стабилност на присъствието и др. Голям брой изследвания в психоанализата доказват убедително, че тонът на гласа или води до контакт, или отклонява от него. Съдържа довербални аспекти по аналогия с връзката „майка-бебе“ след тяхното физическо отделяне при раждането. Звученето на гласа въздейства пряко върху афективната сфера като може да успокоява или натоварва психически.

Основен акцент на въздействието са и вербалните послания, особеностите на конкретния речеви изказ. Категорично смятаме, че езикът на професионалиста е добре да бъде живият ежедневен език, а не специфичният професионален стил или жаргон. Посланията чрез думите трябва да бъдат ясни, точни и целенасочени, за да може да се постигат терапевтичните цели. Подходящо е пациентът да разбира посланията, а не те да поддържат у него отношението на респект и страхопочитание пред неговия лекар или психотерапевт. Словесното е оръжие на власт и мощ пред безсилието, слабостта, безпомощността и липсата на ясна перспектива у болния. В този смисъл лаконичността на изразите и тяхната ясна целенасоченост е в състояние да провокира към справяне, желана промяна и развитие. Авторитетът на специалиста е неуместно да бъде поддържан посредством специфичния професионален език, защото тогава той е подчинен на конкретни съзнателни или несъзнавани лични цели. От съществено значение е умението да се „превеждат“ терминологичните понятия на напълно разбираем за болния език. Не можем да затвърждаваме у него преживяването за неяснота, неразбиране и липса на контрол върху ситуацията.

Реторическите умения в смисъла на красноречиви и директни послания са основна цел в професионалната комуникация на лекаря и психотерапевта. Тук трябва да

подчертаем неуместността на мита за многословния специалист. Значително по-ефективна е идеята за този, който умее да представя сложните научни конструкции на езика на конкретността и на индивидуалния смисъл във всеки един индивидуален казус.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въздействието върху Другия в психотерапевтичната и медицинска практика се основава на голям брой разнородни елементи, обединени от идеята за търсене на ефективна комуникация, на позитивна промяна, справяне и конструктивно развитие. Преносните и контрапреносни корелати на съзнателните отношения са призма, която оказва сериозно влияние върху структурирането и ръководенето на взаимодействията. Професионалната рамка се опира на формални критерии, но държи сметка също за личното присъствие и индивидуалната „стойка“ на специалиста. Клиничният опит доказва значението на директността, точността, яснотата и красноречивостта на посланията на психотерапевта и лекаря към техните пациенти. Разбирането на болния се превръща в действен инструмент на въздействие, водещо до желани резултати. Реторическите умения могат да помогнат значително по посока търсенето на яснота, лаконичност и директност.

Опитът потвърждава факта, че процесните психични феномени в лечението играят съществена роля за ефективността и изграждането на позитивна проекция на бъдещето. Тази проекция е необходима с оглед създаване на оптимистична нагласа у болния относно хода и изхода от неговото лечение. Личностните особености на професионалиста, неговите умения и качества могат да предопределят успеха или провала на диагностичната и на терапевтичната работа.

Въздействието върху другия в клиничната практика има разнообразни измерения, най-важни от които са компетентността, формалността, йерархичността, емпатийното присъствие и усещането за смисъл.

БИБЛИОГРАФИЯ

Спарджън 2011: Spurgeon P., Clark. J., and Ham, C. *Medical Leadership: From the dark side to centre stage*, Oxford Radcliffe Press: Oxford, 2011.

Стентън 2010: Stanton E., Lemer, C. and Mountford, J. (eds). *Clinical Leadership: Bridging the divide*. Quay Books: London, 2010.

Фройд 1991: Фройд З. (1991). *Методика и техника на психоанализа*. София-Плевен: Евразия – Абагар, 1991.

Харлей 2010: Hartley J., Bennington, J. *Leadership for Healthcare*. Policy Press: Bristol, 2010.

THE INFLUENCE OF THE “OTHER” IN PSYCHOTHERAPEUTIC AND MEDICAL PRACTICE

Krumova-Pesheva R., Prof., DSc*, Peshev H., D-r**

*Sofia University „Sv. Kliment Ohridski“

**Military Medical Academy – Sofia

Abstract

Professional interactions in psychotherapy and medicine are an important healing tool with a number of elements and particularities. The relationship between the patient and the therapist is a structured relationship where a working alliance is built. The purpose of this paper is to present some of the characteristics of the impact on the other in the psychotherapeutic and medical communication. It is focused on the methods of possible manipulation, which can take place on conscious and unconscious level. The manipulateness of the approach is based on the influence of characteristics such as appearance, non-verbal behavior, tone of voice, sound of speech, etc. It is associated with certain suggestions for goodwill, security, privacy, community, authority, autonomy and more.

Keywords: psychotherapy, medical practice, manipulation

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Крумова-Пешева, Румяна; Пешев, Харалампи. Въздействието върху другия в психотерапевтичната и медицинската практика – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/11/psychotherapy-and-medicine/>>

Съвременно приложение и демонстрация на античните реторически упражнения „Енкомиион“ и „Етопея“

Адриана Иванчева

Резюме:

В настоящия доклад се цели запознаването на аудиторията с практическото прилагане на античните реторически упражнения енкомиион и етопея, които са важна част от обучението на един оратор, способ за надграждането на личността му, придобиването на специфични и същностни качества, който са фундаментални за един успешен оратор. Тези реторически упражнения имат голямо приложение до ден днешен в медиите и в други сфери на обществото, които са практически и творчески инструмент за оформянето на едно ораторско слово, практическото ѝ реализиране пред аудитория, развиването на особено ключови ораторски качества, както и помощник в израстването на личността на оратора.

Ключови думи:

енкомион, похвално слово, реторическо упражнение, реторическа практика, етопея.

Въведение

В европейските културни традиции реториката се развива и е тясно свързана със съдебни спорове, в началото в Сицилия и Сиракуза, а по-късно и в Атика. Потребността да се аргументира мнение налага красноречието измежду учебните предмети във втората половина на пети век пр. Хр. в Атина. В Древна Гърция и Древен Рим реториката се разбира като философия на възпитанието на младите хора. Тези практики на логоса подготвят добрите граждани като добри оратори (Ботева 2017). Чрез работата, изготвянето и демонстрацията на учебни речи, както и посредством участие в симулирани спорове и дебати се развива у подрастващите способността за аргументация, която подготвя успешно бъдещите политици, адвокати, писатели, ретори. Идентифицира се нуждата да се развиват ораторските способности и в следствие се създават специализирани школи. В

тези ораторски школи обучението на юношите цели да усъвършенства умения за произнасяне на речи, водене на оратории и овладяване правилата на диалога (Харис 2006: 19). Стремехът на учащите е да овладеят основните правила на речта и да добият лекота в словесното изразяване.

Изложение

В своята монография „Късноантична и византийска канонична реторика“ Герасим Петрински разглежда във втората глава от труда системата от упражнения или т.нар. „прогимназми“, които са въвеждали учениците в реторическата материя (Петрински 2014: 20-29). Такива упражнения са били:

1. Учебни епидейктически упражнения:

- Похвално слово (енкомион);
- Инвектива/порицание (псогос);
- Сравнение между исторически или митологични личности;
- Описание на външен вид, природна картина, архитектурен паметник или произведение на изкуството (екфразис);

2. Наративно-коментарни упражнения:

- Преразказ на басня, преразказ на кратък разказ („дигема“);
- Коментар на анекдот или сентенция с известен автор („хрея“);
- Коментар на анонимна максима (гнома);
- Преразказ с елементи на разсъждение на кратък разказ, потвърждение или опровержение на логическата кохерентност на текста (катаскева и анаскева);

3. Упражнения по съдебно красноречие:

- Обвинителна реч срещу престъпник („топос“);
- Съставяне на реч от името на митологичен герой или историческа личност (етопея);

4. Упражнения по морално-етическо и съвещателно красноречие:

- Есе на актуална социална или философска тематика (тезис);
- Предложение за приемане на закон или законопроект.

Спорът за същността на реториката – дали тя е наука или изкуство (*praxis*) (Ведър 2000), както и въпросът дали е достатъчна единствено дарбата на оратора или е нужно знание и познание за умелата употреба на езика – се води още от древността. Ще възприемем вярването, че за реториката е необходима дарба, но тя трябва да бъде усъвършенствана и практикувана чрез упражнения, опит и знания (Нушич 2010).

Enkomion (ἐγκώμιον)/ Encomium

Основната характеристика на тези практики в античния свят е, че те са съставна част от образователната подготовка на трактат, който се занимават преди всичко с проблеми на изказа, стила и диспозицията на ораторското слово. Централно място заемат подготвителните упражнения или т.нар. „прогимназми“ – реторически упражнения, предназначени да подготвят учениците за по-сложната теория на спора, на аргументацията и на стила (Петрински 2015). Основният трактат е *Прогимназми* на Афтоний от Антиохия, където е отделено голямо внимание на наративните упражнения („кратък разказ“), както и на теорията и практиката на епидейктичното красноречие (енкомион/похвала, псогос/инвектива, етопея/пряка реч, сравнение между велики личности и др.) (Петрински 2015).

Енкомион е експозиционна композиция за качествата и величието на дадено лице и неща. Енкомионът и инвективата са основните средства за популяризиране на политическата идеология на Империята (Петрински 2014: 20-29). Упражнението може да

бъде насочено към величаене на хора, неща (като абстрактни идеи), времена (като сезоните), места, животни и растения (обща или конкретни). Енкомиионът е упражнение по епидейктика в учебните заведения от Античността (Петрински 2014: 20-29). Също така се отнася до различни аспекти на реториката, като:

- Обща категория на ораторството
- Метод в реторическата педагогика
- Фигура на речта, възхваляваща човек или нещо, която се среща в по-малък мащаб от една цялостна реч
- Осмото упражнение в серията „прогимназии“
- Литературен жанр, който включва пет елемента: *пролог, раждане и възпитание, актове от живота на личността, сравнения, използвани за възхваляване на обекта, и накрая епилог.*

Структура на композицията на енкомииона

Похвалата е насочена към добродетелите на човек или нещо. След като се състави въведението (exordium), трябва да се изпълнят следните стъпки (Нордкуист 2017) :

1. Описва се произхода и рода на човека:
 - Кога е роден възхваляваният?
 - Кои са неговите родители, близки и предци?
 - От коя държава произхожда човекът?
 - С какви хора се свързва той в живота?
2. Описва се възпитанието на човека:
3. Образование
4. Художествени способности и наклонности към изкуство
5. Познание на законите и спазването им
6. Описание на делата на човека, които трябва да бъдат представени като резултати от:
 7. Неговите съвършенства (като устойчивост, сила на духа и благоразумие)
 8. Красотата на тялото (хармоничност, физическа атлетичност, бързина или енергичност)

9. Изключителността на неговото богатство (като висока позиция в обществото, власт, състояние, приятели)
10. Прави се сравнение с някой друг в ползва на възхвалявания обект, за да изпъкнат всички възхвали, описани по-горе.
11. Завършва се с епилог, включващ или увещаващ слушателите/читателите да подражават на този човек. Може да се приключи и с молитва.

Реторическото упражнение „енкомион“ в съвремеността може да бъде приложено много успешно практически от различни артисти и хора на изкуството, тъй като написването и изпълнението (т.нар. „пърформанс“) изискват творчески труд и стимулират въображението на писателя/изпълнителя. Такива упражнения биват давани от преподаватели и учители на учащите за актьорско майсторство и творческо писане. С упражнението може да се експериментира от обучаващия се, независимо от неговия напредък и експертиза в областта на реториката, писателската и актьорска професия, като по този начин се стимулират много успешно умствени и психологически процеси, важни за изграждането на един отличен оратор, сценарист, артист, изпълнител, писател. Енкомионът позволява на обучаващия се да разгърне своя творчески потенциал, да предизвика таланта си, като съумее да „съпреживее“ живота и личността на описвания субект, да се научи да използва думите и изразите уместно, да впрегне целия спектър от инструменти на реториката, за да пресъздаде една вълнуваща и интригуваща похвала, която да въздейства емоционално на аудиторията. Колкото и добре да бъде написано едно слово или какъвто и да било текст, то той не би постигнал желанния ефект върху целевата аудитория ако не бъде представена и изпълнена подобаващо. Оттук стигаме и до следващото антично реторическо упражнение „етопея“, при което от първостепенно значение е практическата реализация на словото.

Ετοπεια / ἠθοποιία (ēthopoía)

Реторическото упражнение „етопея“ е реторическа техника, при която ораторът или авторът представя въображаема реч на реално лице, известна личност, митологичен герой, изобразявайки известните характеристики и склонности на този човек. Етопееята се отнася до моралните и психологическите характеристики на описвания обект, заедно с

неговите добродетелни свойства, но и с неговите пороци и характерност. Начинът на съществуване и живот, чувствата и отношението също могат да бъдат част от това описание. Етопеята може да бъде установена като имитация на характера на въпросното лице. Следователно начинът да се изрази речта (словото) изисква многократно използване на монолога, но също в много случаи на диалога.

Тъй като за изграждането на една етопея се използва описателен подход, т.е. описание (от лат. *descriptio*), за да се представи някой или нещо, което да дава обща идея, очертания и образност за изобразяваното, като предоставя информация с различни възможни степени на детайлност. Всяко описание е неизбежно субективно (*коннотативно*), тъй като е отговорно за представянето чрез езикови (писмени или устни) частични аспекти на начина, по който човек наблюдава и тълкува заобикалящото го (Перно 2005). Гледната точка на описващото лице, неговите нужди и предишни знания за въпросната материя, са важни фактори, влияещи на резултата. Описващият добавя към информацията лична преценка, която прави всяко описание уникално и неповторимо. Разбира се, съществува и типът **обективно** описание, който редуцира възможността за влияние на лични проблеми, мнения, вкус, предразположение към избрания обект, целящо да постигне информираност и цялостна реконструкция на реалността. Присъщ е за научните и технически текстове (Гарланд 2003).

Чрез упражнението се постига ефектът, че самият героя директно говори сам за себе си. За да се постигне желаният ефект и речта да бъде ефективна, е важно да се вземат под внимание обстоятелствата около характера, емоциите, поведението, реакциите, жестомимичен език, основните черти на характера и личността на обекта. Етопеята се фокусира върху психо-моралните качества на индивида. В литературната практика съществуват различни видове описания, известни като характеризирания, които са както следва (Мърфи, Катула 2003) :

- **просопография** (фокусирана върху физическите характеристики);
- **портрет**(ориентиран към физически и морални свойства). Портретът включва елементи на етопея и просопография, като по този начин се трансформира най-пълното описание;

- **карикатура**(подсилен и преувеличен портрет, който надхвърля най-характерните за изобразеното лице особености, недостатъци, черти);
- **автопортрет** (портрет на себе си).

При енкомионът важен елемент за изграждане на творбата от обучаващия се е житейското изследване и битийно познаване на възхвалявания обект. Авторът трябва да познава делото, живота и личността на описвания, за да пресъздаде по-убедителното похвалното слово, което да носи емоционален заряд. Похвалното слово трябва да съдържа елементи, които да се обръщат към емоциите и чувствата у аудиторията посредством реторическата комуникационна техника за убеждаване „патос“(*peithos*).

Емоционалният отговор може да бъде постигнат по няколко начина:

- чрез метафора, активиращо сетивата описание или занимателен разказ, които са обикновено известни като „*котви/куки*“;
- в страстта, с която се произнася речта или написаното, съобразено с характеристиките на аудиторията;
- посредством личен анекдот или смешка.

Интересна е употребата на реторическата техника т.нар. „*God-terms*“ („божествени термини“), които събуждат емоционален отговор в аудиторията (Варпио 2018: 207–210). Може също така да се приеме, че в реализацията на една „етопея“ основно значение имат артистичните качества на изпълнителя. Тъй като се изисква предишна реторическа практика от оратора, вероятно в усъвършенстването на енкомион/похвала и псогос/инвектива, преди да се пристъпи към упражнения като етопея/пряка реч, сравнение между велики личности. Етопеята изисква от обучаващия да съумява да предаде невербалната комуникация и вербализацията на обекта на интерпретация, който да бъде разпознат от аудиторията, след като са вече добити базови умения по стилистика. Целта на обучаващия се е да впечатли със своите умения и да достави удоволствие чрез предизвикване на определени емоции (Петрински 2015).

Комедийният елемент играе важна роля при „етопеята“, тъй като заниманието трябва да бъде представено увлекателно и интересно за аудиторията. Нейното внимание да бъде ангажирано от оратора, който трябва да постигне основна комуникационна

ефективност, съобразена с целите на реториката, а именно словото/изявата да убеждава и да доставя удоволствие. Според Цицерон трябва да се следват четирите принципа: да се говори правилно, ясно, красиво и в съответствие със съдържанието. Ето защо, той придава голямо значение на упражненията за развитието на речта и е смятал, че речта се развива преди всичко с реч, в това число и писмена.

При практическата демонстрация на реторическо упражнение, както и на различните похвали и инвективи, значение има също така и способността за импровизация (лалия) от обучаващия се (Петрински 2015). Принципът за сатиризация, интерпретация и импровизация са основополагащ елемент за актьорската професия, а също така градивен елемент за презентаторските и презентационни умения на един оратор, артист, педагог, журналист, сценарист, музикант, пък дори и на съвременен политик.

Заключение

Гореизложените реторически техники за упражняване спомагат на развиващия индивид в един свободен социум да изгради и усъвършенства не само своя творчески и артистичен потенциал, но преди всичко да работи върху своя стил и изказ. Това са комплексни упражнения, които предизвикват творческото и аналитично мислене на практикуващите и учащите, благоприятства за усъвършенстване на писмената и словесна изява, дисциплинира ума и насърчава изключително мисловната дейност. Когато обучаваният овладее различните техники на прилагане на реториката, той съумява да аргументира своите изяви и представяния по-добре, което гарантира успехът му в обществото. Посредством тези практики и техники се стимулира човешкия разум да намира решения в свободното съпоставяне на знания, убеждения, личен опит и познание. Това също така е начин за активно изразяване на позиция посредством поведение (невербалните феномени и знаци) и устно изразяване (вербализация и стилистика). Реторическата култура и образование са градивен, основополагащ елемент за изграждането на културата на човека и на гражданина. Античните реторически упражнения като енкомийон и етопея насърчават разсъждаването и поощряват размисъла върху човека, писането и говоренето. Те са градивен елемент на множество комедийни предавания, формати, шоупрограми, книги и театрални представления, като са се превърнали в градивен елемент на развлекателната индустрия.

Библиография

Ботева 2017: Ботева, М. *Обучението по реторика: подготовка и произнасяне на речи*. – В: *Реторика и комуникации*. София: Институт по реторика и комуникации бр. 29, юли 2017 <<http://rhetoric.bg/>>.

Варпио 2018: Varpio, L. *Using rhetorical appeals to credibility, logic, and emotions to increase your persuasiveness*. *Perspectives on Medical Education*, 2018, 7 (3): 207–210.

Ведър 2000: Ведър, Й. *Реторика и ораторско изкуство*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2000.

Гарланд 2003: Garland, D.E. *1 Corinthians (Baker Exegetical Commentary on the New Testament)*. Ed. by R. W. Yarbrough, R. H. Stein. Michigan: Baker Academic, 2003, 606.

Мериам-Уебстър: Merriam-Webster Unabridged Dictionary. *Definition of encomium*. Massachusetts: Merriam-Webster Inc. Publishers, 29 January, 2018 <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/encomium>>.

Мърфи, Катула 2003: Murphy, J.J., Katula, R.A. *A Synoptic History of Classical Rhetoric*. 3rd ed., New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2003.

Нордквист 2017: Nordquist, R. *Encomium*. – In: *Glossary of Grammatical and Rhetorical Terms*. New York: ThoughtCo, 20 March, 2017 <<https://www.thoughtco.com/what-is-encomium-1690649>>.

Нушич 2010: Нушич, Б. *Реторика*. София: Сиби, 2010.

Перно 2005: Pernot, L. *Rhetoric in Antiquity*. Trans. by W. E. Higgins. Washington, D.C.: Catholic University of America Press, 2005.

Петрински 2014: Петрински, Г. *Късноантична и византийска канонична реторика*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2014.

Петрински 2015: Петрински, Г. „Лалия“: „стендъп шоуто“ през късната Античност. – В: *Реторика и комуникации*. София: Институт по реторика и комуникации, бр. 20, ноември 2015 <<http://rhetoric.bg/>>.

Харис 2006: Харис, Р. *Imperium*. София: Обсидиан, 2006.

MODERN APPLICATION AND DEMONSTRATION OF THE ANCIENT RHETORICAL EXERCISES „ENCOMIUM“ AND „ETOPEYA“

Adriana Ivancheva, PhD

Abstract: This report aims to introduce to the audience the practical application of the ancient rhetorical exercises of encomium and ethopeya, which are an important part of a speaker's training and education, a way to upgrade his personality, to acquire specific and essential qualities that are fundamental for every successful speaker. These rhetorical exercises are of great use to this day in the media and in other spheres of society, which are a practical and creative tool for shaping a orator's speech, putting it into practice in front of an audience, developing particularly key rhetorical skills, and helping the personality of the speaker to grow up.

Key words: encomium, rhetorical exercise, rhetorical practice, praise, praiseworthy, etopeya

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Иванчева, Адриана. Съвременно приложение и демонстрация на античните реторически упражнения „Енкомион“ и „Етопея“ – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/31/modern-applications-of-ancient-rhetorical-techniques/>>

Реторически анализ на асансьорната реч

Мариян Васев

Резюме:

Концепцията за „асансьорна реч“ се радва на широка популярност и приложение в бизнес комуникацията. Асансьорната реч представлява микропрезентация: кратка, директна, достъпна, ангажираща, убедителна реч, която е адаптирана спрямо особеностите на аудиторията и конкретната ситуация. Настоящата статия разглежда характеристиките на убедителност на асансьорната реч през призмата на реторическата наука. Поставен е акцент върху типовете аргументи, невербалната комуникация и аспектите на ефективната комуникация.

Ключови думи:

асансьорна реч, убеждаваща комуникация, презентирание, бизнес комуникация, реторика

С термина „асансьорна реч“ се описва модел за структуриране на автопрезентация и поднасяне на аргументи, свързани с личността на оратора, представени за кратък период от време. Целта му обикновено е събуждане на интерес в отсрещната страна, желание за запознанство, продължаване на разговора или установяване на бизнес отношения. Общата идея зад името стои в това, че отправеното съобщение трябва да бъде кратко и максимално разбираемо, така че да може да се вмести във времето за пътуване с асансьор между етажите (Perruchet 2016).

Времевата ограниченост е определящата характеристика на асансьорната реч. Липсва консенсус около това колко е общото време, но се разглежда в рамките между 30 секунди и 2 минути (Soorjoo 2012). За целта тя е необходимо да бъде силно адаптирана към аудиторията, достъпна, ангажираща вниманието и запомняща се. Асансьорната реч е ефективна тогава, когато убеждава отсрещната страна да превърне едностранната презентация в диалог – „да убеди слушателя да вземе решението, което ораторът търси“ (Denning & Dew 2012: 38).

Общата структура на асансьорната реч изисква включването на отговорите на няколко въпроса (Ека 2014):

- Как се казва ораторът и продуктът/компанията/идеята, които презентира? Каква е целта му в момента?
- С какво се занимава ораторът и/или продуктът/компанията му? Какъв проблем решава?
- И какво от това? С какво решението му би могло да е от полза на слушателя?

Така позиционирана общата структура на асансьорната реч изглежда силно опростена и изисква допълнителен анализ, чрез който да идентифицираме характеристиките на убеждаваща комуникация. Разгледана през призмата на реториката, асансьорната реч открива възможност да видим нагледен пример за убедително структуриране на представянето. Въпреки ограничената ѝ продължителност, в асансьорната реч могат да бъдат открити сходни реторични подходи, техники и аргументи като в по-обстойни и пространни речи. Общ структурен модел можем да намерим в разработката на П. Дали и Д. Дейви (Daly, Davy 2015). Техният фокус е стеснен конкретно върху убедителните речи в инвеститорски контекст – предприемачът в позиция на оратор с целта да събуди интереса на капиталовложители за съвместна работа. В този контекст ролята на представянето лице-в-лице е силно ключова и е обвързана с първото впечатление, предвид установената склонност на инвеститорите да се задълбочават в писмените бизнес планове, след като първо са чули представянето на техните автори (Jourdan, Deis, Ralph 2010). Можем да намерим паралел между представянето пред инвеститори и общия модел за асансьорна реч в ограничеността на времето, желанието за ярко представяне и установяване на допълнителни отношения с отсрещната страна.

Това, което П. Дали и Д. Дейви правят, е да анализират поредица от убедителни речи, представени в британския риалити формат „Бърлогата на драконите“ (“Dragon’s Den”). В предаването предприемачи предлагат своите бизнес идеи пред група потенциални инвеститори и за целта изнасят кратки презентации.

На първо място авторите извеждат необходимостта от предварителна подготовка, свързана с адаптирането на речта към контекстуалните особености на конкретната ситуация: адресата („Коя е аудиторията?“), целта („Какво искам да постигна с речта си?“) и физическия контекст („Къде ще презентирам?“) (Daly, Davy 2015: 197). Тези

предварителни въпроси са ключови, за да може съобщението да бъде адаптирано към нуждите на конкретната ситуация и по този начин да се установи оптимално задържане на интереса на публиката. Това включва както стилистична работа по представяния текст, така и подготовка, свързана с невербалната комуникация на презентацията.

Анализът на авторите се уповава предимно на видовете реторически доказателства според Аристотеловата класификация: „етос“, „патос“, „логос“. Според изведения общ модел убедителната асансьорна реч включва аргументи и от трите типа (Daly, Davy 2015: 197).

Етос

Етосната аргументация е насочена към личността на оратора с ясен фокус върху затвърждаването на авторитет, изграждане на доверие и свързване с аудиторията - иначе казано, с имиджа на говорещия. В контекста на асансьорната реч авторите обособяват три особености, свързани с етоса:

- **Познание в областта** – Демонстриране или деклариране на образованост в областта, в която ораторът развива бизнес или има желание да навлезе. При инвеститорските асансьорни речи това би включвало информация, свързана с разпространението и финансирането на предлагания продукт.
- **Личен опит в областта** – Информация, свързана с личното „ноу-хау“ или предложение, което демонстрира експертиза и подготвеност.
- **Съотносими постижения** – Получени награди, високи оценки, клиентска обратна връзка – аргументи, които *ad hominem* позиционират оратора като човек, който може да повтори сходен успех и е доказал на практика познанието и експертизата си в областта.

Предвид формата ораторът разчита на това да успее да се позиционира като авторитет по темата в съзнанието на аудиторията си на база първоначални впечатления. Това зависи до голяма степен и от способността на презентацията да съгласува вербална с невербална комуникация (Weisbuch 2010: 263). Липсата на кохерентност между двете води до недоверие към адресанта и събужда внушение за манипулация, което води до

фиксация и свръх анализ на невербалната комуникация; в някои случаи и до пренебрегване на казаното, за сметка на показаното (Mehrabian 1971)

Патос

От този тип аргументите се фокусират върху емоционалния ефект на оратора или на съобщението, което изпраща. В ограничения формат на асансьорната реч е значително предизвикателно да се постигне наситен емоционален ефект, като фокусът тук е върху изграждането на любопитство и интерес за продължаване на презентацията в двустранен разговор.

- Наратив – Начинът, по който ораторът свързва отделните си аргументи в история, която да бъде интересна за аудиторията.
- Лични анекдоти – Споделянето на личната обвързаност на оратора с темата, за която говори, е особено ефективно в началото на представянето. По имплицитен начин ораторът комуникира емоционална ангажираност с темата и търси връзка с аудиторията.
- Обрисуване на бъдещо състояние – Изместване на фокуса от настоящото състояние към това, което ораторът се опитва да постигне/създаде. По този начин ораторът демонстрира въвлеченост в темата и на практика заявява страстта и интереса си към идеята, която „продава“.

Релевантен за анализа тук е и ефектът на емоционална разпространимост – склонността невербално да предаваме собственото си емоционално състояние (Friedman & Riggio 1988). Докато изразяването на негативни емоции има по-скоро непродуктивен характер, по-високата позитивна емоционална експресивност се свързва с приписаната харизма и със способността за убеждаване и продаване на идея на група от хора. Целта на оратора е да комуникира добронамереност, ентузиазъм и лична ангажираност с темата.

Логос

Целта на логическата аргументация е да направи съобщението на оратора запомнящо се. Обикновено това става чрез ясно изтъкване на ползата за аудиторията. В анализа през модела на Дали и Дейви (Daly, Davy 2015: 198) това става по три начина:

- Фокус върху уникалността – Кое отличава идеята на оратора от тази на другите? Комуникиране на качествата на идеята или личността на автора, които ги карат да изпъкват пред тези на другите.
- Социален капитал – При инвеститорските асансьорни речи е необходимо да се изтъкне и какъв е достъпът до настоящи и потенциални клиенти, като по този начин като аргумент се ползва възможността за разширяване на досега. В нестопански контекст аргументите могат да включват хората, за които идеята на оратора би била приложима и полезна.
- Финансова информация – Информация, свързана с директната очаквана полза/печалба в случая на съвместна работа. Убедителността на аргументите от тази област произлиза от обръщането на фокуса от говорещия на тези, на които говори, и очакваните успехи след съвместна работа.

Подбирането на аргументите в тази област до широка степен е свързано с предварителната подготовка и характеристиките на ситуацията. За да бъдат максимално убедителни използваните аргументи, ораторът трябва да е наясно с това от какво се интересува неговата целева аудитория, какво би представлявало достъпен жаргон за нея и какво би събудило най-осезаем „апетит“ за допълнителна съвместна работа. Според Ш. Варга (Varga 2012), въпреки че асансьорната реч е фокусирана върху говорещия, за да бъде ефективна, трябва да премества този акцент върху аудиторията си и да демонстрира интерес към тях и ползата, която ораторът може да им осигури. Допълнителна възможност за това е задаването на конкретен въпрос, който да събуди интерес и по елегантен начин да отвори презентацията от едностранен разговор към диалог.

Предвид централната роля на презентацията в тази ситуация е от интерес да маркираме и няколко момента, свързани с невербалната комуникация на оратора. За да бъде максимално ефективна презентацията, препоръчително е да се има предвид:

В кинесичен и проксемичен план:

Изправена, стабилна поза и физическа ориентация към аудиторията, без ненужни обекти. Говорещият демонстрира желание за разговор и не създава допълнителни фигуративни прегради пред общуването.

Консистентна с предаваното съдържание усмивка и поддържане на очен контакт, които спомагат за предаването на афект и умелото включване на патос в речта. Осъзнат контрол върху лицевите изразения и микроизразения, но не до ниво, което би довело до създаване на впечатление за неавтентичност или досада.

В паразезиков план:

Синхронизиране на тона и модалността на изразяване с адресата, които засилват изграждането на рапорт. Въздържане от паразитни думи, паразезикови изрази, както и стрес-адаптивни жестове. Целта на презентирацията е да не разсейва ненужно слушателя, както и да не дава поводи за неправилна интерпретация на неосъзнатата му невербална комуникация.

В цивилизационно-модален план:

Стил на обличане близък с този на аудиторията, освен ако целта на презентирацията не е да акцентира на формалната си власт и статус. Придържане към дрехи и аксесоари, които не биха разсейвали допълнително, като в същото време комуникират представа за спретнатост и професионализъм. Общата асансьорна реч намира приложение в широк кръг от ситуации особено заради това, че е основана върху *ad hominem* аргументи и фокусирана върху личността и качества на оратора. Няколко ярки сфери на интерес биха включвали:

- запознанство и нетуъркинг, където целта на говорещия е да грабне вниманието и да създаде контакти;
- при продаване на идея и/или осигуряване на финансиране – в случаите, в които ораторът търси съмишленици или представя труда си по достъпен и разбираем начин, за да ангажира вниманието на отсрещната страна;

– академичен контекст – като реторично упражнение асансьорната реч успешно може да се ползва както в тесен бизнес контекст за презентирането на убедителни бизнес планове, но така и в по-широк академичен контекст за ясното позициониране на конкретната теоретична разработка, особено при въпрос „На каква тема е дисертацията ти?“;

- интервю за работа – в началото на разговора при покана за кратко отварящо представяне на интервюирания или по време на кариерен форум, където целта на ораторът е да остави професионално впечатление и да грабне интереса на специалистите по подбор;
- виртуално присъствие – особеностите на виртуалното общуване предразполагат към търсене на по-стегнати, ярки и запомнящи се модели на изразяване – за пример може да бъде дадена платформата за микроблогинг Twitter, където езиковото ограничение от 280 знака подражава на хронемичното ограничение на асансьорна реч лице-в-лице.

Асансьорната реч е ефективен метод за презентиране на идея или личен труд. Като мисловен експеримент чрез изискванията ѝ може да се сведат най-важните акценти на дадена идея, които по ефективен начин да достигнат до целевата си аудитория. Ограничението във времето налага търсенето на най-силните и ярки моменти в едно предложение и по този начин помага както на оратора да изясни за себе си кои са най-съществените аргументи за него самия и кои – по-маловажни, но в същото време помага и за планирането на такъв тип представяне, което да резонира с адресата. В личен план въпросът „А ти с какво се занимаваш?“ представлява идеална възможност за прилагане на принципите на асансьорна реч на практика. Дори и не всеки разговор да е възможност за инвестиция, стремежът към стегнатост на израза и убедителност е ефективен начин да разпространим идеите, труда и нещата, които ни вълнуват, с по-широк кръг хора. Най-важното за асансьорната реч е структурирането ѝ по начин, който не изчерпва темата, а отваря възможността за диалог; нещо, което един спонтанен отговор на иначе невинен въпрос, свързан с личните ни занимания, трудно би успял да постигне.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Daly, Davy 2015: Daly, P. & Dennis D. *Crafting the investor pitch using insights from rhetoric and linguistics*. The Ins and Outs of Business and Professional Discourse Research. Palgrave Macmillan, London, 2016, 182–203.

Denning & Dew 2012: Denning, P. J., & Dew, N. *The myth of the elevator pitch*. Communications of the ACM, 2012, 38–40.

Eka 2014: Eka. E. *Start Me Up!* Career Press, 2014.

Friedman & Riggio 1988: Riggio, R. E., & Feldman, R. S. *Applications of nonverbal communication*. Psychology Press, 2005.

Jourdan, Deis, Ralph 2010: Jourdan Jr, L. F., Deis, M. & Ralph. H. *Getting Your Elevator Pitch To The Plate*. Business Journal for Entrepreneur, 2010.

Mehrabian 1971: Mehrabian, A. *Silent messages*. Oxford: Wadsworth Publishing Company, 1971.

Perruchet 2016: Perruchet, M. *One Perfect Pitch: How to Sell Your Idea, Your Product, Your Business – or Yourself*. McGraw-Hill, 2016.

Soorjoo 2012: Soorjoo, M. *Here's the Pitch: How to Pitch Your Business to Anyone, Get Funded, and Win Clients*. John Wiley & Sons, 2012.

Varga 2012: Varga, S. *Brilliant Pitch*. Pearson business, 2012.

Weisbuch 2010: Weisbuch, M., Ambady, N., Clarke, A. L., Achor, S., & Weele, J. V. V. *On being consistent: The role of verbal–nonverbal consistency in first impressions*. Basic and Applied Social Psychology, 2010, 261-268

A RHETORICAL ANALYSIS OF THE ELEVATOR PITCH

Mariyan Vasev

PhD Candidate, Department of Rhetoric, Faculty of Philosophy,

Sofia University „St. Kliment Ohridski”

Abstract: The elevator pitch (also known as elevator speech) is a widely used communication tool in a business context. The elevator pitch is a micropresentation: a short, direct, engaging and approachable speech, specifically adapted to the audience and the situation in which it is delivered. The current article reviews the persuasive characteristics of the elevator speech through the prism of the science of Rhetoric. The text emphasizes the different types of arguments used in an elevator speech, together with the characteristics of nonverbal communication to make an elevator pitch persuasive and effective.

Keywords: elevator pitch, persuasive communication, presentation, business communication, Rhetoric

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Васев, Мариян. Реторически анализ на асансьорната реч – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/31/elevator-pitch/>>

РЕДАКЦИОННИ ПОЛИТИКИ

„Медии и език“ е електронно научно списание за изследване на медийния език. То е регистрирано като електронно научно издание с ISSN 2535-0587 към Университетското издателство „Св. Климент Охридски“. Интердисциплинарният характер на списанието го позиционира в полето на хуманитарните и социалните науки.

Обхватът на изданието са две бързо развиващи се научни направления – *медиалингвистиката* и *медиастилистиката*, в които се изучават закономерностите на ефективното използване на целия комплекс от езикови ресурси в публичната сфера и по-специално в различните ситуации на медийното общуване.

Целта на сп. „Медии и език“ е именно тази – да обедини усилията на изследователите в тази област и да създаде платформа, върху която лесно и бързо да се откриват сродни публикации в областта на медийния език и стил. Със засилването на интереса към съвременни явления като езика на омразата, езика на политическата коректност, към езика на медиите и политиците и във връзка с нарастващата тревога от едно постистинно медийно и политическо влияние медиалингвистичните изследвания се превръщат в основен ориентир за бързо и прецизно разчитане на медийните и политическите послания.

Списанието е сновано през 2017 г. от проф. д.н. Андреана Ефтимова.

Адрес: София 1000

Ул. „Московска“, №49, каб. 60

medialinguistics@abv.bg

ПОЛИТИКА ЗА ПАРТНЬОРСКА ПРОВЕРКА

Всички статии и студии в рубриките „Анализи“, „Медиен мониторинг“ и „Дискусии“ се подлагат на **двойно сляпо рецензиране** от специалисти по съответната проблематика.

Всеки изпратен ръкопис се оценява по критерии като значимост и новост на научния проблем, познаване на чужди интерпретации на проблема и на литературата по темата, обща структура на статията, яснота и точност на изложението.



ПОЛИТИКА ЗА ОТВОРЕН ДОСТЪП

Списание „Медии и език“ използва Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Отвореният достъп означава, че цялото съдържание е достъпно безплатно за потребителя или неговата институция. Потребителите имат право да четат, изтеглят, копират, разпространяват, отпечатват, търсят или правят връзки към пълните текстове на статиите или да ги използват за други законни цели, без да искат предварително разрешение от издателя или авторите. Това е в съответствие с определението на Budapest Open Access Initiative (BOAI) за отворен достъп в Декларацията, подписана и от сп. „Медии и език“ – <https://www.budapestopenaccessinitiative.org/sign/signatures/>, както и със стандартите за отворен достъп на Directory of Open Access Journals.

ПОЛИТИКА ЗА ДИГИТАЛНО АРХИВИРАНЕ И ЗАПАЗВАНЕ

Дигиталното архивиране представлява набор от процеси и дейности, които осигуряват дългосрочен достъп до информация в дигитални формати. Политиката на списание „Медии и език“ за дигитално архивиране и запазване включва следните мерки:

Дигитални репозиториуми и библиотеки

Всички броеве да депозирани в Централната и източноевропейска онлайн библиотека (CEEOL) – пълнотекстов репозиториум, който осигурява достъп до материали в областта на хуманитаристиката и социалните науки, публикувани във и отасящи се до Централна, Източна и Югоизточна Европа. Копията на статиите са достъпни за научната общност чрез системата на CEEOL, както и в сайта на Списанието.

Индексиране

Списание „Медии и език“ е индексирано в 12 бази данни – ERIH PLUS, DOAJ, Crossref, JISC Sherpa Romeo, ZDB, CEEOL, Cite Factor, НАЦИД, OpenAlex, EZB, ROAD, eLIBRARY.RU. От 2023 година списание „Медии и език“ осигурява DOI за всички свои научни публикации. Статиите в списанието могат да бъдат открити в Google Scholar.

Самоархивиране

Списанието позволява на Автора да депозира приетата за публикуване версия на Ръкописа, както и публикуваната версия в PDF формат в институционални репозиториуми и други некомерсиални репозиториуми, както и да го публикува на личния си уебсайт или на уебсайта на съответната академична институция (включително в социални мрежи, например ResearchGate, Academia.edu и др.) по всяко време след публикуването в Списанието и в съответствие с [Creative Commons Attribution – NonCommercial – NoDerivs 4.0](#) лиценза. Списанието трябва да бъде посочено като първоизточник заедно с линк към публикацията в него.

ПРИНЦИПИ НА РЕДАКТОРСКАТА ЕТИКА

Списание *Медии и език* се ръководи от международните стандарти, които са установени от **Committee on Publication Ethics (COPE)**. Документите *Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors* и *Code of Conduct for Journal Publishers* са публикувани на сайт с адрес <http://publicationethics.org/>.

МОДЕЛ ЗА ОФОРМЯНЕ НА РЪКОПИСИТЕ

Заглавие на материала

Име и фамилия на автора
Звание, степен, месторабота
ORCID ID
Имейл

Резюме: до 10 реда.

Ключови думи: до 5 ключови думи на български език

(Обърнете внимание, че накрая на статията информацията дотук се представя на английски език!)

Увод (Използвайте стил Heading за съответните рубрики)

Основен текст

За основния текст се използва стил Normal.

Форматирането на списъци става с наличните в Microsoft Word инструменти.

Използвайте стил „Цитат“ за цитати, по-гълги от 3 реда.

Подчертаванията да бъдат в Italic или в Italic Bold.

Бележките под черта да бъдат разположени след текста. Графиките и таблиците да бъдат номерирани и озаглавени над изображенията.

Използвайте вътрешни заглавия на частите на текста.

Заключение

Библиографско цитиране в текста

Данните се поставят в скобки след цитата, като се посочва точната страница, на която се намира цитираният пасаж.

Пример: (Ухлиржова 2011: 7).

Пример: (Bauman 2000: 43).

При колебание справка за предаването на собствени имена от чужди езици може да се направи в „Официален правописен речник на българския език“, София: Просвета, 2012, с. 30-36.

Библиографско описание в списъка след текста

Подрежда се по азбучен ред на фамилните имена на авторите, без номериране. Първо се поставят източниците на кирилица. Източниците на кирилица се транслитерират на латиница само в библиографското описание, като транслитерацията се поставя в квадратни скобки. За улеснение може да се използва онлайн инструмента за транслитериране: <https://slovored.com/transliteration/>

След източниците на кирилица се поставят по азбучен ред източниците на латиница.

При повече публикации от един и същи автор в една и съща година след годината се слага буква а, б, в... (в кирилския списък) и a,b,c... (в списъка на латиница).

Примери за стандарта на библиографско описание възприет от списанието

Книга (монография, учебник)

Караулов 1999: Караулов, Ю. Н. *Активна граматика и асоциативно-вербална мрежа*. Москва: ИРЯ РАН, 1999. [Karaulov 1999: Karaulov, Ju. N. Aktivnaja grammatika i asociativno-verbalnaja setj. Moskva: IRJa RAN, 1999.]

Bauman 2000: Bauman, Z. *Modernity and the Holocaust*. New York: Ithaca, 2000.

Stankova, Harlacova 1991: Stankova, E., I. Harlacova. *English idioms*. Sofija: UI „Sv. Kliment Ohridski”.

Статия в списание

Ухлиржова 2011: Ухлиржова, Л. Общност и многообразие на словореда на клитиките (Съпоставително изследване на българския и чешкия език). Част III. – В: *Съпоставително езикознание*, №3, 2011, 5-16. [Uhlirzhova 2011: Uhlirzhova, L. Obshtnost i mnogoobrazie na slovoreda na klitikite (Sypostavitelno izsledvane na bylgarskija i cheshkija ezik). Chast III. – V: Sypostavitelno ezikoznanie, №3, 2011, 5-16.]

Corrigan 1965: Corrigan, R. The Drama of Anton Chekhov. – In: *Modern Drama. Essays in Criticism*. Ed. by T. Bogard, W. Oliver. New York: Oxford Press, 1965, 85-90.

Статия в книга (сборник, енциклопедия)

Карагъзова 1998: Карагъзова, Сн. Езикът на рекламата. – В: *Езиково съзнание*. Под ред. на Ст. Димитрова. София: Наука и изкуство, 1998, 289-315. [Karagjozova 1998: Karagjozova, Sn. Ezikyt na reklamata. – V: Ezikovo syznanie. Pod red. na St. Dimitrova. Sofija: Nauka i izkustvo, 1998, 289-315.]

Статия в интернет

Ефтимова 2010: Ефтимова, А. „Народният“ език в „народната“ аптека. – В: *Литернет* [онлайн], № 8 (129), 24 авг. 2010. ISSN 1312-2282. [прегледан 03.03.2023].

https://liternet.bg/publish9/aeftimova/narodniiat_ezik.htm [Eftimova 2010: Eftimova, A. „Narodnijat“ ezik v „narodnata“ apteka. – V: Liternet [onlajn], № 8 (129), 24 avg. 2010. ISSN 1312-2282. [pregledan 03.03.2023]. https://liternet.bg/publish9/aeftimova/narodniiat_ezik.htm]

Забележки

Не се допуска съкращаване на името на града на издаване и издателството (напр. С.: Нар. просвета).

Името на издателството не се поставя в кавички; съкращения се допускат само в случаи като Св. Климент Охридски, Еп. Константин Преславски.

При повече от един инициал се оставя интервал между тях, например: Караулов, Ю. Н. Библиографията трябва да включва всички автори, споменати в текста.

Приложенията се поставят след библиографския списък и преди информацията на английски.

За всички споменати в тези указания случаи е препоръчително да се правят справки в „Официален правописен речник на българския език“, София: Просвета, 2012.

Article Title in English

Author(s) name(s) (according to its accepted spelling through the Latin alphabet)

Title, degree, affiliation in English

ORCID ID:

Email:

Abstract. In English

Keywords: In English