

**СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „РЕТОРИКА”**

**АВТОРЕФЕРАТ
на
ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД**

**на тема:
„Виртуална визуална реторика в социалните медии
(TED.com)”**

**За присъждане на образователната и научна степен „доктор” по
професионално направление
„Реторика във виртуалното пространство”**

**Докторант:
Силва Димитрова**

**Научен ръководител:
проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева**

**София
9 Декември 2016 г.**

Съдържание на автореферата	
Общи характеристика на дисертационния труд	2
Увод.....	2
- Актуалност на проблема	2
- Обект	3
- Предмет	3
- Цели и задачи на изследването	4
- Хипотеза	5
- Методика на изследването	7
- Структура на дисертацията	8
Първа глава – Науката реторика: развитие, базови понятия и съвременни проявления	6
Втора глава – Реторични традиции и съвременна парадигма на реториката в TED.....	10
Трета глава – Реторични и комуникативни особености на презентациите в TED.com.....	15
Четвърта глава – Изследване на виртуалната визуална реторика в презентациите в TED.com	18
Заключение.....	31
Приносни моменти.....	32
Съдържание на дисертацията.....	33
Списък с публикациите на докторанта по темата на дисертацията	36

Общи характеристики на дисертационния труд

Структурни и съдържателни особености

Дисертацията е разделена на увод, четири глави, заключение, библиография, приложения. Дисертацията е с обем 298 страници и включва увода и четирите глави и заключението. Обемът не включва библиография (21 с.), приложения от корпуса с презентации (26 с.), приложения към четвърта глава (76 с.), списък с всички презентации в TED (52 с.). Библиографията включва 470 източника; 112 на български, 258 на английски език, 5 на немски език и 5 на френски език. В текста има 11 таблици. В приложенията има 2 таблици. Цитатите са 776. В основния текст има 128 илюстрации, а в приложенията 65 илюстрации.

Актуалност на темата

TED.com представлява обект за изследване от различна научна гледна точка, като в дисертацията той е изследван през призмата на реториката, и по-конкретно на визуалната и виртуалната реторика.

Презентациите в TED.com са натоварени с различни функции, сред които информативна, вдъхновяваща, мотивираща, образователна; в тях се говори по актуални и значими за отделни групи теми, представят се постижения в научните сфери и резултати от проучвания; новости в областите философия, публично говорене, интернет, социални мрежи, медицина, технологии, биология, физика, химия, астрономия, психология, икономика, бизнес, комуникации, медии, образование, дизайн и други. Презентациите в TED.com може да се определят като нова, динамично развиваща се и вече утвърждаваща се реторична практика.

TED.com се заражда още през 1985 г. и се разраства устойчиво вече 30 години. През тези три десетилетия практиката се променя и презентациите се заснемат и публикуват в интернет. Те стават достояние първо пред директна публика, присъстваща в една зала заедно с презентатора, като след това някои от тези презентации се публикуват в сайта и са достъпни до виртуална аудитория.

Някои от TED презентациите представляват видеосерии, заснети по време на разнообразните формати TED конференции, независимите TEDx събития и сцените на специалните програми на TED по света. Тяхната цел е да разпространяват „Идеи, които са стойностни за споделяне“, тези идеи са в сферите: наука, технологии, бизнес, култура, изкуство, дизайн и други. TED презентациите в сайта са видеозаписи, които имат своите особености, една от които е в темпорално отношение – в рамките до 18 минути се презентира една основна идея. TED презентациите са заснети и обработени с програми за монтаж.

Посетителите на интернет са свидетели на появата на нов жанр. Презентацията във виртуалното пространство, по-конкретно в TED.com, не е с изчистени жанрови характеристики, познати от традиционните реторически класификации. Приема се с известна условност, че в презентациите в TED.com има проявления на синкретизъм на няколко равнища. Презентациите се произнасят пред реална публика, но са режисирани; те в голямата си част са мултимедийни, тъй като съчетават слово, звук и образ при самото представяне, и в процеса на подготовката им се включват снимков материал и видеозаписи; самото презентиране съчетава вербални, визуални, мултимодални и невербални елементи; презентациите се заснемат и се публикуват в сайта;

разпространяват се в интернет; коментарите във форумите носят елементите на виртуален диалог.

По време на проучването се установи, че броят на публикуваните в сайта презентации за период от 10 години вече надминава 2200. Ето защо се наложи изготвяне на корпус от база данни и въвеждане на ограничения по изведени критерии. В дисертацията се анализират 160 презентации, представени в таблица в приложение № 2.

Именно тези селектирани презентации са част от обекта на изследването, като той се разширява и до проучване на TED.com като платформа и специфична комуникация във виртуална среда, в която визуалните елементи заемат важно място.

Предметът на изследване са проявите на реториката във виртуална среда, каквато представлява TED.com от гледна точка на реторичното теоретично и методическо наследство, съчетано с нови постижения в областите визуална и виртуална реторика.

Цели и задачи на изследването

Целта е да се изследват видовете презентации в TED, техните особености от гледна точка на виртуална визуална реторика и приложението им в публичната сфера, като се направи реторически анализ на презентациите в социалната медия TED.com, след като се изгради представителен корпус, позволяващ проучването от реторична гледна точка на жанрови, структурни, словесни, аргументативни, вербални, невербални и визуални елементи.

В дисертацията се прави – въз основа на авторова методика – реторически анализ на корпус от селектирани презентации от TED.com на равнище жанр, структура, съдържание, аргументация, реторични фигури, визуални елементи, невербална комуникация; етапи в подготовката, реализацията и популяризирането на презентации и презентатори в TED.com, както и анализ за установяване на тенденциите в развитието на TED.com и индивидуалните особености на презентатори в TED.com.

Задачите на изследването се разделят на три групи:

Задачи на теоретично равнище:

1. Да се изгради теоретична рамка чрез обзор и преглед на научна литература в областта на реториката, визуалната реторика, виртуалната реторика;
2. Да се обогати и актуализира категориално-понятийния апарат на реториката, свързан с базови реторични понятия и канони, и да се изведат дефиниции на нови реторични практики от TED.com.

Задачи на методическо равнище:

1. Да се създаде корпус след селекция на презентации от TED.com, който да стане обект на изследване след подготовка на класификации и таблици.
2. Да се създаде и да се апробира авторова методика, която да е подходяща и ефективна спрямо обекта и предмета на изследване на TED.com и на корпуса с презентации от TED.com.
3. Да се установят индивидуални особености, феномени, явления, традиции и процеси на TED.com.

Задачи на практическо равнище:

1. Да се установят възможности да се прилага тази методика и за други обекти, свързани с презентации, визуална и виртуална реторика.
2. Да се формулират насоки за поведение на презентаторите при подобни реторични и комуникативни ситуации.

Хипотези

TED.com не може да бъде определен еднозначно, той има специфики на реторично, комуникативно техническо и технологично проявление – ето защо се формулират отделни хипотези:

- първа хипотеза: TED.com е своеобразен виртуален видеорепозиториум и виртуална библиотека;
- втора хипотеза: TED.com е уебсайт, който предоставя свободен и отворен достъп до презентации и своеобразни електронни ресурси в жанра презентации;
- трета хипотеза: TED.com се разширява до платформа, портал; TED.com постепенно започва да инкорпорира социална медия и виртуални форуми;
- четвърта хипотеза: TED.com е комуникация от нов тип, която изисква съчетаване на базови реторични умения за произнасяне, за съчетаване на вербални и невербални средства с технологични знания, дигитална и мултимодална грамотност, както и с умения за общуване във виртуална среда и с нови знания, свързани с визуалната реторика.

Методика и етапи на изследване

Методиката в хода на изследването е авторова и тя е изградена въз основа на утвърдени методи и съчетаването им в такива, които дават възможност да се проучи тази нова практика през призмата на виртуалната и визуалната реторика. Анализът е многофакторен. Той включва критичен теоретичен обзор, диахронен анализ, таксономично проучване, реторически анализ на равнище жанр, аргументация и реторични фигури – проявени на вербално и визуално равнище, и неезикови елементи при презентирание в TED.com.

Дизайн и етапи на изследването

Проучването е разделено на няколко етапа. На първия се проучват проявленията на реториката в онлайн среда чрез прилагането на методи, изведени на базата на традиционни реторични методи, канони и термини. На втория етап са проучени виртуалната реторика в TED.com, направени са класификации при установени критерии. На третия – проучването в дисертацията е с фокус върху жанровата специфика, структурата и съдържанието на презентациите, реторичните фигури, реторичната аргументация, като те са проучени на вербално и визуално равнище, отделено е внимание на невербалните средства при анализа на презентациите. Критериите са изведени в таблица. На четвъртия етап се проучват индивидуални особености и специфики, като се прави опит да се изведат тенденции и/или феномени. Изводите имат

практико-приложен характер за презентатори, които искат да се изявяват в OpenTed, TEDx, EDTED или TED.

Първа глава със заглавие „**Науката реторика: развитие, базови понятия и съвременни проявления**“ е структурирана с оглед вижданията да се представи теоретичен обзор, да се изведат базови понятия в реториката и да се достигне до очертаване границите на теоретична рамка, която да е полезна за изследването на презентациите от TED.com. В първата част на тази глава е предпочетен диахронният подход, когато се извеждат дефиниции за реториката, като са селектирани автори, които имат принос в реторичната теория. Същевременно се осъзнава, че не е възможно да се обхванат всички от тях, но ангажираността е да се представят общи и различни гледни точки относно реториката като наука. Във втората част фокусът е върху съвременната реторика, въвеждат се дефиниции и понятия. В третата част на главата се представят реторични дефиниции от български учени. В четвъртата част – с оглед на изясняване на терминологията – се представя виртуалната реторика, отново имайки предвид, от една страна, развитието на реториката при появата на интернет, от друга страна, достъпната научна литература по въпроса, а от трета – да се представят отделните генерации на интернет, на социалните мрежи, медии и други. В петата част се представят – с оглед на постигане на яснота в теоретичен план – дефиниции и понятия, които са свързани с визуалната реторика отново при отчитане на обекта на изследване TED.com, който съдържа визуални елементи в контекста на презентирането. В шестата част фокусът е върху мултимодалността като относително нова част от реториката като теория и методи на изследване и също така се приема, че тя се проявява при познаване на вербалните и невербалните елементи в презентациите в TED.com.

Представена е науката реторика нейното възникване и развитие. Използван е диахронният подход при извеждането на дефиниции за реториката. Представени са реторическите канони, понятията етос, патос и логос. Изследването на теоретичната рамка на античната реторика на Древна Гърция и Древен Рим се позовава на критически прочит на творби на В. Руменчев, Р. Енъс, Дж. Бърнет, Е. Шиапа, Дж. Ернести, Р. Фолкмън, Дж. Мартин, Г. Каливаода, Дж. Денистън, Х. Лаусберг и Т. Слоун. Различните възгледи за отношението на Платон към реториката са представени през призмата на Дж. Ниенкамп, Р. Маккиън, Д. Хътчинсън, Б. Викър, Дж. Л. Голдън, Ч. Кауфман, К. Георгиева, Д. Уолтън. Анализ на Аристотеловата реторика е изведен от неговото произведение „*Реторика*“, представени са гледищата относно Аристотеловата реторика на Г. Кенеди, Р. Уорди, Д. Александрова, И. Мавродиева.

Извеждат се основни тенденции. След това внимание се обръща върху Цицерон и Квинтилиан и техния принос за развитие на реториката на равнище терминология, идеи и концепции. Анализирани са базови реторични произведения на Цицерон и Квинтилиан. Дефинициите на красноречието, петте канона, етос, патос и логос през призмата на римските реторици Цицерон и Квинтилиан са представени с преводи и изследвания на Г. Петков, Дж. Уотсън, Г. Кенеди, Ш. Кроули и Д. Хоухи, А. Ригсби.

Ако в Древна Гърция и Рим реториката се основава върху диалога от Древна Гърция до Средновековието тя се развива като наука и изкуство основно в сферата на политиката. В следващата част от първа глава се проследява развитието на реториката от Средновековието до двадесети век с оглед поэтапно изясняване на контекста на новите проявления на реториката в съвременното.

Късноантичната, византийската канонична и средновековната реторика са представени накратко посредством трудовете на български автори Г. Петрински и Г. Петков. През Средновековието настъпват промени – реториката се използва не само в политическата област, но и в религията. Установяват се приноси на реториката през Средновековието на равнище реторически класификации, както и на равнище структура на ораторските изяви в областите аргументация и словесно украсяване.

В периода между 16. и 20. век под влиянието на исторически и обществено-социални процеси възцарява доминиращата парадигма на рационалната рефлексия и реторическата наука е отделена в сферата на езиковедството, където обект на научен интерес става елокуцио. Проследява се развитието на реториката през Ренесанса, Просвещението и модерността; творбите на Б. Паскал, Дж. Ричърдс, К. Скинър, У. Олмстъд. Разглеждат възгледи относно реториката от основни трудове на А. Смит, А. Поуп, Е. Кант, Г. Хегел, К. Маркс. До 20. век реториката е наука в полето на хуманитаристиката, а през средните векове практическите ѝ приложения са ограничени поради разнородни фактори.

Синтезирано се представят множество трансформации на реториката както и нюанси на промени и акценти върху различни дефиниции и значения. Откриват се отношенията и взаимовръзките на реториката с диалектиката и философската логика, с философията и лингвистиката. Тезата е, че философи и учени в хуманитарните науки продължават изследванията си и опитите си да изяснят предмета на науката реторика, да установят мястото ѝ сред другите науки и съществуващите практики.

След този исторически преглед, с цел да се изяснят някои основни понятия изследването се спира на няколко важни възгледи на учени, които реабилитират науката за красноречието, възстановяват важността на реторическите канони, и по-специално на инвенцио и диспозицио в рамките на комуникативния дискурс. Следва се приетия подход за диахронен анализ с фокус върху базови автори от философията и реториката и с уточнението, че не се прави детайлен преглед с оглед тематиката на дисертацията, вниманието се спира на няколко важни изследователски възгледа на учени, работещи през 20. век. Поетапно се представят приноси на учени, които връщат философския интерес към класическите принципи на реториката като Л. Битцър, К. Бърк, Р. Маккиън, Х. Перелман, А. Ричърдс, Р. Уивър.

Цитират се още творби на изследователи на съвременната реторика Д. Гаонкар, К. Кембъл, Б. Кенет, Ш. Джарвис, Дж. Питърс, Дж. Уолтър. Представен е новият прочит на реториката, който дават С. Тулмин, Х. Перелман и Х. Емерен и Р. Гротендорст. Фокусът е върху начина, по който всеки от учените изгражда методи за аргументация, които адаптират античните постулати на реториката към съвременния дискурс на комуникация. Посредством творбите на К. Брук е изведено технологичното измерение на реториката; описват се и практики на реторическите канони в контекста на новите медии.

От анализа става ясно, че реториката се характеризира по много начини: поставя се акцент ту върху аудиторията, както е в концепцията за манипулативността на красноречието при Платон; друг път фокусът пада върху фигурите на речта, както е в Древен Рим и през седемнадесети век; в трети случай – *bene dicendi* или *eloquence*, за която характерът и добродетелите са важни; а в съвремието, както е в разбиранията на Х. Перелман и Ст. Тулмин, се откроява ролята на аргументацията. Вследствие на

усилията на горепосочените модернисти и постмодернисти реториката се установява като функция на комуникацията и нейните метареферентности.

Представени са дефиниции на известни учени (М. Мейер, У. Куайн, Р. Барт, Г. А. Брутян, М. Чарлзанд, А. Катани, Д. Кристъл, Е. Вайганд, Ф. Курън, Е. Маккчари и Д. Мик, Ф. Хъндснършър, Е. Граси, Дж. Кордър, Г. Хаузър, Х. Джонстън, М. Мифсъд, Н. Кенет и Р. Андерсън, М. Найстрънд и Дж. Дъфи) и са потърсени общите и различните виждания за мястото на реториката и функционалното ѝ предназначение. Посочени са базови дефиниции, дадени от българската научна реторична традиция: Д. Спасов, Й. Ведър, Д. Александрова, В. Руменчев, И. Мавродијева, В. Радева, Хр. Катанджиев, К. Спасова.

Установяваме, че във възгледите на някои от съвременните изследователи на реториката доминира прагматичният, утилитарният момент, а именно убеждаването и същевременно реториката е видяна така, както е преди двадесет и пет века – без ангажимент за търсене на истината. Според друга група учени реториката е изкуството да се използват (освен вербални и невербални) и визуални средства, за да се информира и убеди дадена аудитория. Трети се фокусират върху пресечната точка на реториката със словесното украсяване. Многобройни научни дискусии в световен мащаб преоткриват реториката и доказват, че класическата наука е повече от съвкупност от техники за убеждение, ръководство за комуникативни умения и монологични жанрове. Става ясно, че продължават усилията на учени от различни школи, университети и държави да изясняват предмета на реториката, нейното предназначение, както и оценките и преоценките на реторическото наследство в теоретичен план.

В раздела „Реториката в публикации на съвременни български учени“ са дадени дефиниции относно реториката от български учени. Представена е накратко българската реторическа традиция.

В раздела „Виртуална реторика, визуална реторика и мултимодалност“ се прави кратък преглед на това какво е интернет и какви са генерациите и какво са социалните медии и социалните мрежи с оглед на това, че обектът е съотнесен и към тях. Във раздела, посветен на виртуалната реторика, се представят нейните проявления и специфики, търсят се същевременно и причинно-следствени връзки и промени в реторичната парадигма, както и влияния на различни фактори.

Най-общо дисертацията продължава с кратък обзор на изследователите на началата на глобалната мрежа, които провеждат изследвания в контекста на „четвъртата революция“. Тъй като съвременната реторика и комуникация имат нови проявления в нова дигитална среда – накратко се споменават сравнително нови групи от термини, въведени от учени в различни области. Установяват се появяват и утвърждаването на нови направления в реториката в края на 20. и началото на 21. век, представени са генерациите интернет, дефиниции на интернет, и глобална мрежа, понятията киберпространство, уебсайт. Направен е също така критичен прочит на базови книги и статии, свързани с виртуална реторика, визуална реторика, мултимодалност и реторика.

Някои основни изследователи в областта, които са цитирани са Т. О'Райли, Г. Стринджър, Р. Калио и Дж. Гилис, Т. Бърнърс-Лий, М. Фишети, К. Хафнър, П. Салъс, Дж. Ноутън, В. Сърф, В. А. Аксак, Ши, Тим Бърнърс-Лий, Р. Галио, Л. Сафко, Д. Брейк, Дж. Абейт, А. Нийлсън, Д. и Дж. Облинджър, О. Харизанова. Ж. Томс и Г.

Белогушева, Л. Кирова, О. Спасов, В. Сърф и Р. Кан, И. Мавродиева, Г. Дерменджиева, И. Дичев, Б. Богданов, С. Йотов, П. Павлов, Я. Праматаров, Б. Мизова, Д. Бакалова, Г. Апостолова, Н. Михайлова, Й. Тишева, О. Харизанова, Р. Маринов, О. Спасов. Дефиниции на нови термини и понятия, дадени от Р. Тъли и К. Тъли, И. Мавродиева, Д. Уорник, М. Люински, Дж. Запен, Дж. Руе, М. Росати, Б. Фог, Л. Гърък, Б. Уорник, К. Уелч, А. Фагерйорд; Л. Гърък; Л. Манович, Дж. Джонсън-Ейола; К. Милър; С. Търкъл, М. Арнолд, М. Гибс, П. Райт; А.Бланчард; С. Матей, С. Бол-Рокийч; А. Кан-Хазе, Б. Уелмън, А. Фагерйорд, К. Уелч, Б. Фог, К. Милър, А. Кан-Хазе и Б. Уелмън, С. Матей и С. Бол-Рокийч. От анализа става ясно, че интернет революционализира компютрите и комуникациите. Интернет влияе и променя реторичната комуникация и нейните функции. Появяват се нови термини. Изследванията на дигиталните медии акцентират върху цели и резултати на комуникацията в дигиталните пространства.

Представени са 15 категории социални мрежи: публикуване в блогове, споделяне на снимки, споделяне на аудио, споделяне на видео, микроблогинг, виртуални светове, стрийминг на живо, гейминг, приложения, агрегатори, RSS, търсачки, мобилни телефони междуличностови канали, микроблогинг, видеоблог, виртуалните светове. Интернет, комуникация, „визуална реторика“, „пространствена реторика“, „оперативна реторика“ „фонетична реторика“, „дигитална реторика“, „електрическа реторика“, електронна реторика, е-учене, е-наука, е-граждани, е-улица, онлайн реторика виртуални политици, виртуални граждани, онлайн аргументация, аргументационен дизайн, компютърно опосредствана аргументация, „виртуална реторика“ и „дигитална реторика“, дигитална политика и дигитална култура, дигитални граждани и дигитален човек, дигитална пропаст и дигитално разделение, дигитално пространство, реторическа конвергенция „визуален обрат“, мултимодална грамотност, визуалната грамотност.

Изследванията върху концепцията за *дигитална реторика* показват убедително, че традиционните реторически стратегии функционират в дигиталните. Изследванията на новите *дигитални медии* извеждат техните *характеристики, възможности и ограничения*, възможностите им за *създаване на идентичности* и потенциала им за *изграждане на социални общности*. Изследванията на „виртуалната реторика“ спомагат за изясняването на функционирането на реторическите стратегии за убеждение и тяхната реконфигурация в дигитални пространства. Научните изследвания на новите дигитални медии извеждат основните характеристики и предизвикателства при комуникацията в дигиталното пространство. Определянето на основните характеристики подпомага да се изясни как новите медии трансформират традиционната реторика в нова, дигитална/виртуална реторика, която окуражава самоизявата, участието и креативното сътрудничество.

В следващата част на първа глава акцент има върху появата и утвърждаването на визуалната реторика и мултимодалността в края на 20. и началото на 21. век, представени са дефиниции и становища относно визуална реторика от група μ, Г. Крес и Ван Люин, Месарес, Н. Мирзоф, Дж. Сартори, С. Фос, Дж. Брок, В. Коетценрижтер, И. Лонг, Л. Смит, М. Хелмърс, Н. Голешевска, М. Халидей, У. Мичъл, Б. Стафърд, Л. Фейгли, Д. Блексли и К. Брук. Представят се някои основни идеи в развитието на изследванията във визуалната реторика. Връзките на визуалната реторика и семиотиката се изследват през творбите на Ч. Пърс, М. Бал, Н. Брайсън, Д. Добрев и Е. Добрева, Хр.

Кафтанджиев. Теорията за визуалните аргументи е маркирана посредством творбите на учените Д. Бърдсъл и Л. Гроарк. Критерии за оценка на визуални и текстови аргументи предлагат Л. Одъл и М. Кац, Л. Одъл и М. Кац. Отношението на визуалното в комуникацията в контекста на новите технологии е представено през призмата на изследвателите като Дж. Редиш, Б. Барбър, Л. Фейгли, Ж. Женет, М. Хелмърс, С. Фос, К. Финеган, Ж. Оудигие, П. Холм, Р. Уилиамс.

В раздела, посветен на мултимодалността и реториката, се представят изследвания на редица изследователи, някои от тях са Т. ван Люин, Дж. Бейтмън и К. Шмид; А. Бърн и Д. Паркър. Обръща се внимание на изследователите на теоретичните и методологическите инструменти за мултимодален анализ К. Джеуит, Р. Флюуит, Р. Хемпъл, М. Хоук, Л. Ланкастър, С. Норис, А. Бейтмън. Основни фактори за мултимодалност извеждат К. Халърън, Р. Джоунс, Л. Васудеван, К. Лииндър, Дж. Лемке, Л. Ънсуърд, К. Клери. Наблюдават се следните явления: промяна на семиотичния пейзаж, технологиите, дисплеите и уебсайтовете, мобилната култура, четенето и извеждането на смисли посредством интеракция между текст и картина.

Очертани се границите на теоретична рамка, която ще е основа за изследването на презентациите от TED.com. Те са от съществена важност с оглед обекта на изследване, а именно презентациите в TED, както и спецификата на комуникацията в TED. Цитатите са 455 и показват, че е постигнат възможно най-широк обхват в прегледа на реториката; доказателства са за представяне на причинно-следствени връзки и промени в реторичната парадигма и влияния на различни фактори.

Втора глава, озаглавена „**Реторични традиции и съвременна парадигма на реториката в TED**“, включва преглед на основни реторични понятия и въвеждане на нови – тогава и когато има такива – в TED. Втора глава включва теоретичен обзор и извеждане на базови реторични понятия, както и техните проявления в TED.com, и спецификите им на равнище оратор, аудитория, презентации; етос, патос, логос, петте реторични канона и новите им проявления. Втора глава е посветена на обзор на основни реторични понятия, както и на извеждане на проявленията и значенията им в TED. Изхождайки от факта, че реторичното теоретично наследство е богато, както и от обекта на изследване в дисертацията, се спираме на основни термини и понятия, които имат отношение и връзка с презентациите в TED. Главата е разделена на следните части, като е следвана логиката на поетапно въвеждане на понятията и на представяне на особеностите им спрямо TED.

В първата част се представят виждания на автори относно оратора, речта и аудиторията и след това за презентатора, презентациите в TED, като целта е да се установи кое от базовите реторични понятия се запазва и кои са новостите. В тази част е отделено внимание на представянето на базови понятия в теорията на реториката оратор, реч, аудитория, а след това и на новите феномени и явления, каквито са презентациите и презентаторите в TED, на комуникацията във виртуална среда през призмата на реториката спрямо сайта TED. Отделя внимание и на установяване на това как се тълкува важността на базовите реторични понятия „оратор“, „реч“, аудитория“ в различни книги и статии от древността до днес, но с оглед установяване на базови

специфики и оттам как се представят те спрямо изследвания обект TED. Не се прилага единствено диахронният подход, а по-скоро целта е да се изведат общи и специфични особености от гледна точка на виртуалната визуална реторика относно тези понятия. Започва се с изясняване на теоретичните виждания за оратора и след това се представят авторски позиции и интерпретации за презентатора в TED.

Втората част включва обзор на пет основни термина или канона в реториката, съотнесени към подготовката и реализирането на ораторските изяви: търсене или намиране на материал, структуриране на ораторската изява, намиране на аргументи, словесно украсяване, запомняне или запаметяване и произнасяне. В първата част се представят виждания на автори относно оратора, речта и аудиторията и след това за презентатора, презентациите в TED, като целта е да се установи кое от базовите реторични понятия се запазва и кои са новостите. Представени накратко трансформациите на каноните успоредно с развитието на реториката. Паралелно с представянето им се установяват специфичните им проявления в презентациите в TED. Отделено е внимание на специфичното приложение на петте етапа в реториката в контекста на TED в следната последователност, намиране, разполагане, стилистика, памет, представяне. Представени накратко, тези етапи на основните реторически канони се свързват и с основни човешки дейности по принцип: след инвенцията, хрумването и пораждането на идеята идва планирането и търсенето на материал, след това структурирането му и накрая украсата и оформянето на окончателния вариант. От тази гледна точка е резонно да се направи заключението, че реториката именно чрез тези канони представя едно метазнание. С други думи, валидността на тези етапи може да се отнесе и днес към дейности като създаване на TED конференции и публикуването на резултати в дигиталните интегрирани медии на TED.

На трето място е отделено внимание на термини, свързани с това как се достига до реализацията на презентациите в TED, на особеностите на подготовка чрез кодиране и декодиране на съобщенията и видовете кодове, на комуникационния канал, на начините на осъществяване на обратна връзка. По този начин се постига обзор и въвеждане на основни понятия, които са в основата на създаване на методиката и критериите за анализ в последната глава. Изведени са спецификите на комуникационната среда в TED, както и идеи за функционирането на реториката в нова среда в TED. В тази част на втора глава се представят специфични проявления на реториката в TED, като акцентът е върху новата комуникационна среда. Вниманието при проучването е фокусирано върху изясняване на това как се проявяват базови понятия, сред които „съобщение“, „канал“, „кодиране“, „декодиране“, „шум“. Спираме се на това как се кодират съобщенията в една нова среда, която не е типична за познатите реторични жанрове и ситуации, които познаваме от древността до началото на XXI век. Изследването се задълбочава в новата парадигма на изследването на виртуалната, визуална реторика в контекста на TED. Втората глава има теоретично обзорен и аналитичен характер и в нея приносните моменти са именно в извеждане на новостите на основни реторични понятия спрямо обекта – презентациите в TED.

От анализите може да се обобщи, че TED.com предоставя възможност да бъдат преосмислени каноните на класическата реторика. Имаме основания да твърдим, че уебсайтът на новата медия TED.com е изграден по реторичен начин. С оглед на реторичността на презентациите в TED.com и разпространението им до глобална

аудитория е изградена структурата на уебсайта, подредени са функционалности, навигационни елементи, линкове, видеа, визуални, вербални, мултимодални елементи, посредством езици за програмиране и компютърен код. Според нас виртуалната визуална реториката в социалните медии (TED.com) има технологическа величина, която е динамично променяща се и неуловима. Налага се употребата на терминология от други сфери на изследвания в науката и изкуството – нови медии, компютърни науки, комуникация, семиотика, дизайн, уебдизайн, анимация, драматургия, киноизкуство и др. Имаме основания да твърдим, че интерактивността в социалните медии, новите комуникации и информационните технологии дават възможност да се преосмисли реториката и функционалното ѝ предназначение.

Трета глава е насочена, както е формулирано в заглавието „**Реторични и комуникативни особености на презентациите в TED.com**“, към анализи и в нея се навлиза в проблематиката и е с аналитичен характер; представя резултати от обзор и анализ на презентациите в TED.com, като се обхващат жанрове, събития, проявления в онлайн среда. Третата глава е структурирана с оглед вижданията ни да се представи цялостно изследване на TED.com през призмата на комуникациите и в частност на виртуалната и визуалната реторика. В нея е използван диахронен анализ. Целта е да се постигне по възможност цялостно представяне на развитието на TED.com.

Третата глава е част от изследването и тя е посветена на установяване на реторичните и комуникативните особености на презентациите в TED.com. Тази глава е структурирана в три основни части. Това е продуктивно от желанието поетапно да се представят спецификите на създаване и развитие на TED формати, събития, жанрове и поджанрове TED презентации, спецификите на онлайн комуникация в TED.com. В първата част са представени програми, медии и идеи за популяризиране на знания в САЩ, които предшества TED, целта е да установи кое е специфичното и различното в TED. След това се проследява появата и етапите в развитието на TED, извеждат се фактори и дати, които дават възможност да се установят модели в развитието и съществени промени. Внимание се обръща на реторичните формати и събития в TED: *TED Актив (TEDActive)*, *TED Глобъл (TEDGlobal)*, *Специални TED събития (Special TED events)*, *TED Умен (TEDWomen)*, *TED Юм (TEDYouth)*, *TED Мед (TEDMED)*, *TED Салони (TED Salons)*, *TEDx* и др. Също така се анализират специфики и на други формати, събития и дейности на TED: *TED Разговори (TED Conversations)*, *TED Книги (TED Books)*, *Образователен TED уебсайт (ED-TED)*, *Наградата на TED (TED Prize)*, *TED Институт (TED Institute)*, *TED Партньорства (TED Partnerships)*, *Радио час на TED (TED Radio hour)*, *TED Учене (TED Studies)*, *Образователни TED презентации (TED Talks Education)*, *TED уикенди (TED Weekends)*, *TED цитати (TED Quotes)*, *TED мобилно проложение (TED Mobile App)*, *TED субтитри (TED Subtitles)*, *Глобални разговори (Together Talks)*, *Реклами, които са стойностни за споделяне (Ads Worth Spreading)*.

Представени са събитията на TEDx в България, а фокусът е върху хронологията. Във втората част са изведени някои от най-често срещаните жанрове и поджанрове на TED презентациите, като целта е да се изведат специфичните особености на *TED Презентации (TED Talks)*. В третата фокусът е поставен върху спецификите на презентациите в онлайн среда – с оглед изясняване на тези специфики се изследва сайтът TED.com. Той се разглежда от реторична и комуникативна гледна точка, имайки

предвид, от една страна, структурата и подредбата на уебсайта с оглед на аудиторията, а от друга, алгоритмите на Гугъл. Накратко се представят изводи и обобщения.

Въпреки че терминът “TED” масово се свързва с медийно съдържание, публикувано в социалните уебсайтове TED.com и ED.TED в интернет, основната дейност на TED са „TED конференциите“. Ето защо беше направена класификация на видовете TED конференции събития, формати и другите инициативи: „TED книги“ (TED Books), TED съмишленици (TED Fellows Program), TED отворен проект за превод и др., които също бяха подробно представени. Като принос и съществен момент открояваме направения обзор, преглед и систематизация на представянето на този формат и в България. В третата глава са установени също така особености в развитието на TED по отношение на всички реторични събития и формати на TED, новите платформи онлайн, уебсайта TED.com, дадени са дефиниции на TED.com и TED презентации. Направени са селекции, подредба и класификации на жанрове и поджанрове на TED презентации. Разбирането на реторическите жанрове и поджанрове на TED презентации предлага повече яснота как реториката в TED.com влияе върху аудиторията. Отчитат се кайросът и задължителните жанрови значения. Според нас изучаването на жанра на TED презентациите би помогнало на учени, студенти и оратори да анализират и произвеждат презентации в множество контексти, съпътствани от интерфейси, код и дигитална култура.

Изведени са някои особености на виртуалната и на визуалната реторика на равнище презентации, етапи на подготовка, реализация и следокомуникативен етап. От анализа става ясно, че практиките за комуникация на TED опосредстват множество модалности – текстови, звукови, лингвистични, пространствени, визуални. Характерно за TED.com е употребата на множество медии в един дигитален продукт. Допускаме, че сборът от всички мултимедийни елементи подпомага мултимодалността да влияе върху разнообразни реторични ситуации и мултикултурни контексти. Имаме основания да твърдим, че по този начин се увеличават способите за възприемането на идеи, възгледи и информация от аудиторията. Обхващат се теми като раса, класа, пол, сексуалност. Характерно за TED е, че всяко събитие, проект, формат или дейност е презентирано реторично в уебсайта TED.com – считаме, че всеки елемент от подредбата на изображенията до структурата на съдържанието създава смисли. Изображения, писмен текст и видео се използват навсякъде. Елементите са оформени спрямо особеностите на уебсайтовете, онлайн средата, съобразени са с характеристиките и потенциите на дигиталния контекст (търсачка Google, социални медии, блогове, форуми), но също така и с ценностите на глобалните виртуални общности и техните култури.

TED са създателите на своеобразната система от видеа, изображения, текстове, символи и знаци. Те контролират производството, модерацията, разпространението на съдържание от TED събития, дейности и формати в мрежата. Въпреки че има акцент върху текстовете: анотации, заглавия, субтитри, уводи, биографии, в TED се наблюдава промяна на традиционната парадигма, в която изображенията са подчинени на писмения текст, а визуалните и мултимодалните аргументи – на вербалните. Поради контекста на новите технологии видеосъдържанието и изображенията са с по-голяма значимост отколкото писмения текст. Информацията в TED презентациите се предава изключително с визуални средства (аудио-видео запис), към презентирането ѝ се включват допълнителни визуални средства за привличане на вниманието – снимки,

илюстрации, визуални метафори и визуални символи. Това се проявява не само при избора на дизайн на дадена уебстраница, място на екрана, шрифтове, фонтове и визуални доказателства, но се съобразява и с дигиталния, визуалния, вербалния контекст и визуалната култура, доминираща в интернет. Това ясно проличава от образователната платформа ED-TED. В нея уроците са съобразени с модалното учене – анимации, с много изображения, звуци, движение, хиперлинкове, хипертекст и дизайн. Адресирани са основни образователни теми и са отчетени промените в преподаването след навлизането на новите медии. Учителят редактор също може да бъде съавтор на мултимодално съдържание и да адаптира уроците от ED-TED за целите в неговата класна стая. Този дигитален инструмент намалява границата между създатели на съдържание и аудитория. Учителите са овластени да композират уроци, свързани с учебния план, които са с анимации, дизайн и видеосъдържание. Платформата предоставя и критерии за проверка за научения материал след урока. Така се валидизира процесът по научаване на новия материал посредством мултимодално съдържание. Не е тайна, че учениците също са способни да създават мултимодално съдържание, но това не е обект на настоящото изследване. Считаме, че е необходимо в образователната система да се развиват систематично уменията на ученици за произвеждане и анализиране на мултимодално съдържание, тъй като дигиталната глобална икономика налага преосмислянето на грамотността. Считаме, че в съвременното технологиите и реториката са свързани, а дигиталната и визуалната грамотност са необходимо условие за убеждаващо въздействие в онлайн среда. Проблематиката е значима и актуална, тъй като информационните технологии – електронни, печатни, филмови, визуални и аудио влияят върху културата, политиката, нагласите. Считаме, че липсва специфично обучение на реториците в тази сфера на убеждаването. Също така сме на мнение, че мултимодалността и визуалното не отстъпват на стандартния дискурс в съвременния свят на динамични културни промени.

Може да се твърди, че мултимодалността на медиите в TED подпомага убеждаването, комуникирането на смисли, а комбинациите от аудио-видео, визуално, вербално и невербално в една презентация в TED се интерпретира по-различно отколкото интерпретирането само на вербално или визуално. Обръщаме внимание, че е необходимо да се познават аргументативните аспекти на представянето на вербални аргументи в комбинация с образи, изображения и др. в дигитална среда. С цел изготвяне на валиден модел за реторичен анализ на презентации в дигитална среда е изготвена методика, с която се анализират новите проявления на реториката в презентациите TED – на вербално, невербално и визуално равнище. Това изследване е представено в четвърта глава на дисертационния труд.

Четвърта глава е изследователска и тя е наречена „**Изследване на виртуалната визуална реторика в презентациите в TED.com**“. Нейното предназначение е да представи изследванията и резултатите от тях на презентациите в TED.com, като са обхванати жанрове, структура на презентациите, реторични фигури на визуално и вербално равнище, аргументи на визуално и вербално равнище и неезикови средства, свързани с презентаторите. В тази глава се поставя фокус върху проучване на презентациите в TED на равнище жанр, жанрови и структурни особености, реторични фигури и аргументи на визуално равнище с оглед проблематиката на дисертацията, също така се изследват неезиковите средства.

Хипотезата е, че презентациите в TED са нов жанр, в който се проявяват основни реторически канони и принципи, аргументацията съчетава вербални с визуални и невербални елементи, реторическите фигури са на вербално и визуално равнище. С оглед постигане на прегледност и извеждане на резултатите от многопластовия анализ е направена следната структурата на четвърта глава: първата част е посветена на методите, методиката и етапите на изследването, дизайна на изследването; втората част е реторичен анализ на презентации в TED, като са открити особености на увода, основната част, заключението, изследвани са източници на аргументи и аргументи на визуално равнище в презентациите. Анализират се реторични фигури и похвати в презентации в TED на визуално равнище, както и други особености на презентации в TED. Разглежда се мултимодалността, като са анализирани мултимодални аспекти на презентациите в TED. Проучват се неезиковите средства, използвани от презентаторите в TED: започва се от изследване на спецификите на дрескода на презентаторите, след това вниманието се насочва към пози, мимики, жестове, използвани от презентаторите в TED, обръща се внимание на погледа при презентирание в TED, на придвижването в пространството и на невербалната вокализация.

Създаден е авторски модел за изследване на презентациите, изградена е методика, като се адаптират вече утвърдени критерии и методи и след това е направен анализ при обединяване. Основните критерии са разделени на три групи и в някои от тях има обособени подгрупи. Някои от тях са изведени въз основа на базови реторични канони: диспозицио – елокуцио – акцио. При установяване на особеностите на диспозициото като реторичен канон се анализират структурата и сценарият на презентацията. Тук отново се базираме на основни структурни елементи от реторична гледна точка, а именно: увод, изложение, заключение. С оглед спецификата на презентациите в TED се извеждат съществени елементи, проучени отново от реторична гледна точка, но в съвременен контекст, а някои от тях са лични истории, други истории и използване на хумор.

Следвайки принципа да се направи анализ на визуалната и виртуалната реторика в TED аргументацията, се изследват и проучват визуални аргументи. Тъй като фокусът е върху визуална и виртуална реторика, вербалните аргументи и реторичните тропи се проучват в контекста на структурата и постигането на реторичен ефект от презентатора. Основно, реторичните фигури и похвати се използват от презентаторите, за да предадат по по-интригуващ начин историята. Анализът при елокуциото е с акцент върху визуални фигури и тропи, но в контекста на презентацията и при отчитане на вербалните средства. Презентирането, или – ако се позовем на реторичния термин – акцио, е анализирано на вербално и невербално равнище, като акцентите са върху невербално поведение на презентаторите в TED: облекло, прическа, аксесоари, поза, жестове, мимики, поглед, придвижване в пространството, вокализация и др. Избран е този ред на анализ, тъй като се изхожда от особеностите на презентациите и поведението на презентаторите, за които дрескодът е различен от типичните бизнес и академични презентации, след това се проучват позата, жестовете и мимиките, отделя се внимание на погледа и в отделен раздел с подраздели е анализирана вокализацията. Това авторско решение е резултат от стремежа да се проучат спецификите на презентаторите на неезиково равнище по-цялостно с уточнението, че не е възможно постигане на максимален обхват.

Следователно най-общо предназначението на увода е да информира, да въведе в темата и да насочи вниманието на аудиторията. Може да се изведат следните функции

на увода в презентациите в TED: 1) да привлече вниманието към аргументацията в основната част; 2) да предразположи аудиторията към личността на презентатора, темата и подтемите; 3) да даде синтезирана информация на презентацията; 4) да се променят първоначалните очаквания/нагласи на аудиторията по темата/към личността на оратора. Въз основа на анализа можем да твърдим, че във времето впоследствие – от видеозаписи, анализи, тренинги и репетиции – има подобряване в сферата на диспозицио при структурата на увода на презентацията на вербално и визуално ниво и при аргументацията при голяма част от презентаторите.

Може да се твърди, че стилът на презентаторите, похватите, техниките, механизмите и основните видове аргументи, анализирани в увода, се проявяват и в основната част. Надграждат се с реторически фигури и тропи, с визуални средства: мултимодални примери и аргументи. В изложението на презентациите TED най-често се извеждат твърдения от факти, данни, статистики, истории, наблюдения, заключения от личен опит. Презентаторите търсят аргументи от различни източници и ги структурират в презентациите си по различен начин. Реторическите аргументи са основани на логоса, патоса и етоса. Преобладават вербалните и визуалните аргументи по същество *ad rem* и етотическите аргументи. Най-често се правят изводи и заключения на базата на индукция и аналогия. Дават се отговори на въпросите „кой“, „кога“, „къде“, „какво“, „при какви условия“. Отговорите обособяват твърденията и ги разполагат в по-широка сфера за интерпретация. Структурите на презентациите са представени с различен подход в хронологично, пространствено и сюжетно отношение. Обособяват се много разновидности в подходите, използвани в изложението на презентациите, и могат да се обособят два от най-често срещаните варианта: повествователен подход – включва части от автобиографични истории на презентатора, описания от гледна точка на различни културни, социални, икономически контексти в комбинация с разкази на други истории, притчи, приказки; извеждат се етотически аргументи и аргументи по същество *ad rem*; тълкуване на научни резултати – инкорпорират се анализи на процеси, факти и явления; извеждат се аргументи и факти с различни подходи – технологичен, аналитичен, мотивиращ, тълкуващ. Логическата аргументация е разнородна. Използват се индуктивни, дедуктивни и традуктивни размишления, а структурата на изложението най-често е линейна, с разклонения или от смесен тип. Има разнообразие в подходите към аргументацията – от индивидуалния стил на оратора зависи дали да се въвеждат доказателства след всяко твърдение, или поетапно. Става ясно, че има различни начини за структуриране на аргументацията на презентации в TED. Най-общо може да се обособи следната тенденция: в основната част са разположени лични истории, други истории, факти, статистики, примери и твърдения, представя се проблемът и се дава решение, а в заключителната част са основно обобщения, изводи, заключения, цитати и призови към действие. Считаме, че презентаторите рефлектират върху всички аспекти на структурата на презентациите и представянето си благодарение на видеозаписа на презентацията и коментарите на глобалната аудитория. Те подобряват и усъвършенстват избора и подредбата на реторически похвати в композицията на основната част на презентацията си в следващи изяви.

Застъпваме позиция, че характерни особености при тази подредба на изложението – от по-маловажното към по-значимото в повествованието и разсъждението, е, че се започва от по-маловажните твърдения и постепенно в наратива се развиват идеи и се

достига до най-значимите елементи от аргументацията. При този модел на структуриране основните твърдения и аргументи са разположени в централната част и в края на изложението. Те често са последвани от апел в заключението или имат силен емоционален край. Твърденията в структурата на възходящата стълбица се извеждат индуктивно и дедуктивно, т.е. няма строга форма на групиране на идеите. Характерна е сложната аргументация. Твърденията се доказват посредством причинно-следствени връзки, категоризиране, разделяне на цялото на части, преобладават аргументи *ad rem* и аргументи от авторитета. Тази структура се среща най-често при жени презентатори, при мотивиращите презентации от личен пример, но и при презентациите с цел популяризиране на каузи, ценности и социални идеи. В малка степен параметрите на тази структура могат да се изведат при презентации с цел популяризиране на технологии и на научни открития. Известна аморфност относно обособяване на отделните части има при презентации от смесен тип.

Изводите, до които достигаме, е че наративът осигурява идейната насоченост на презентацията. Изложението съдържа единствено достоверни или научно проверени факти – липсват фактологически грешки. Инкорпорират се ярки и убедителни примери и факти, доказващи правилността на издиганите твърдения. Аргументацията се основава се върху детайлен сценарий. Разказът има ясно изразена структура – най-често линейна и хронологична. Често пъти историята е нагледна и се съчетава с използване на визуални средства, но най-често тя е емоционална по форма и по съдържание. Историята се разказва по такъв начин, че стават ясни твърденията и основните моменти.

Изложението включва изводи и обобщения. Друга характерна особеност е, че съдържанието се излага на достъпен език. Етотическата аргументация (*етос*) в комбинация с драматични части от личната история в разказа на презентатора въздействат емоционално (*патос*), а аргументите по същество *ad rem* (*логос*) придават на разказа по-голяма убедителност. Аргументацията е рационална, като *етосът* и *патосът* са съществена част от цялостната структура. Става ясно, че разказът на история (лична или друга) е основен похват в структурата на сценария на презентацията в TED. Това е характерна особеност за структурата на презентациите на по-голяма част от писателите, професорите в хуманитарните науки и мотивиращите оратори. По-конкретно това се отнася за комбинацията на лична история с аргументи от авторитета и на тази основа се извеждат по-голямата част от твърденията. Типично за повечето презентатори, които използват лични и други истории в структурата на презентацията TED, е, че наративът на личната история е с драматургия – има начало, среда, кулминация, обрат, край. По тази причина този елемент изключително умело се вплита в структурата на презентацията от писатели и разказвачи на истории. Използват се различни комбинации от хипербола, епитет и литота. Основно с хипербола и литота се предизвиква смях у аудиторията, а епитетите са в помощ на историите. Основателно може да се говори за употребата на реторичните фигури метафора, епитет, характеризъм, анафора, епиналепс и др. с цел създаване на ярък образ и силна представа, която да предхожда аргументацията на презентатора.

Става ясно, че хуморът и по-специално самоиронията имат роля в структурата на презентациите. Те служат за преход между различни части на аргументацията, етапи на речта и др. Характерно за самоиронията в структурата на презентациите е, че зад привидната положителна оценка за презентатора (Нобелов лауреат, професор, световноизвестен писател, рокзвезда) се крие отрицателна. Наблюденията показват, че

самоиронията има по-силен ефект върху аудиторията от хумора. Тя въздейства на емоциите, като оскърбява презентатора съвсем деликатно. Несъмнено презентаторите са лидери на мнение, но не се самовъзвеличават и затова този подход се среща често при всички структури на презентации.

Характерни особености на тази структура са разказите на мотивираща лична история, разказите на драматични лични истории, визуалните и вербалните аргументи по същество *ad rem* и етотическите аргументи, визуалните и вербалните цитати, примери: илюстрации, анимации, снимки, колажи, видеа и други визуални фигури и тропи (метафори, аналогии). От анализа се установява, че етотическите аргументи подпомагат процеса на моделиране на нагласите у аудиторията, без да има идеализиране, но и без да се предизвикват крайни негативни реакции; така се постига ефективно свързване между презентатора и аудиторията. Друга характерна особеност за тази структура на презентации е феноменът на силно презентаторско въздействие, без то да е подкрепено от солидна логическа аргументация в текста при самостоятелен прочит и анализ. Употребата на аргументи от характера и от репутацията на оратора са характерна особеност в основата на убедителната аргументация в структурата „от помаловажните към по-съществените елементи“ на TED презентациите. Самият характер на оратора буди интерес, защото е личен пример за позитивна личностна промяна, докато други доказателства не биха били така мотивиращи и увлекателни за аудиторията. По-конкретно примерите в TED, които са част от този вид структура на изложението, са мотивиращи истории за това, как се компенсират загубите вследствие на придобиването на трайни физиологически увреждания и как се проектира принципът на развитието върху цялостния житейски път на човек или още как може да се оптимизира израстването на личността и здравословното ѝ функциониране. Етотическата аргументация в комбинация с драматични части от личната история в разказа на презентаторите въздействат емоционално, а аргументите по същество *ad rem* придават на разказа по-голяма достоверност.

При структурата на изложение – „поетапно представяне на една тема в дълбочина“ – най-често в тази композиция на изложението една тема се разгръща в дълбочина до 3, 4, 5 подтеми и към всяка от тях се дават аргументи. Среща се предимно при теми, свързани с каузи, социални идеи, философски теми и др. Известна аморфност при тази структура има в мотивиращите истории от личен опит и презентациите с цел популяризиране на научни идеи. В по-малка степен тя е характерна за презентации с цел популяризиране на технологични и бизнес идеи. Специфично и за този вариант на структура в изложението е аргументацията – комбинация от етотически аргументи и аргументи по същество *ad rem*. Истинността на тезите се доказват поетапно, формират се убеждения, презентаторът се себеизразява и самоутвърждава. Крайната цел на ораторската аргументация е да се спечелят единомишленици по разглеждания проблем, които са съпричастни с реализацията на разглежданата от презентатора идея или да се повлияе за практическо решаване на проблемите. Характерно е, че личната история има съпътстваща роля в структурата на аргументацията за разлика от друг вариант, в който тя е основна структурна единица. Общото с другите варианти на структура на изложението е, че на нивото на дискурса в TED презентаторът оказва влияние с интелект, тактичност, словесно внушение, умерена употреба на хумор, консервативна външност и интонация, авторитет и най-вече с уникалността на предложените идеи. Характерно за тази структура, както и при „възходящата стълбица“, е, че личността на

аргументатора (оратора) се поставя като една от основите в аргументацията. Практическите разсъждения на оратора се центрират върху действия, мотивация, качества и различни фактори, които влияят върху житейския избор. Може да се счита, че в комбинация с аргументи по същество *ad rem* етогическите аргументи са основен инструмент за убеждаването.

Характерно за структурата на изложението „концентрични кръгове” е разполагането на подтеми, твърдения и аргументация в групи, подчинени на основната тема. Както и при другите структури на изложение на презентации се отчита високата подготвеност на аудиторията и нагласите ѝ за възприемане на послания, апели, реторични похвати. Ораторите използват достоверни факти, разказват истинни лични истории, дават примери от научни изследвания, статистики, данни и в редки случаи не се изгражда строга логическа аргументация. Адресират се отделни аргументи към образованата и интелектуална публика в залата и се апелира към емоциите и усещанията посредством реторически похвати, хумор, цитати от литературни произведения, драматични разкази на истории и т.н. Отчитат се предразсъдъците на аудиторията. Представят се подходящи за контекста прояви на качества, дела и постъпки на презентатора, които понякога служат за доказателства на твърденията. Презентаторите имат собствен стил за подредба на аргументацията и в този тип структура на презентации се наблюдават различни вариации. В някои се използват визуални средства, в други преобладава предимно вербалната комуникация. Спазват се реторичните норми и правила. Презентаторите се открояват с висока нравственост, интелект и чувство за хумор. Внушава се достоверност на разказите на истории, а аргументацията от етоса се подкрепя от авторитетност на презентатора. Някои презентатори ползват статистически данни и правят тълкования на тази основа, други използват аргументация, почерпана от личния им живот. В най-общия случай се подчертава авторитетът на презентатора, за да се гарантира достоверност и солидност на аргументацията. Използват се вербални и визуални средства, за да се постигне убеждаващо въздействие.

При другия модел на структуриране на презентация се следва принципът „поетапно въвеждане на теми и аргументи и поставяне в средата на най-съществената информация“. Този модел включва следното: започва се с по-маловажни теми и аргументи към тях, в центъра се представя най-същественото и после се дават още примери. Най-ясно се очертават поетапното въвеждане на теми и аргументи и поставянето в средата на най-съществената информация на презентации, свързани с наука, ИТ, бизнес. Известна аморфност на тази структура има при презентации, свързани с популяризиране на социални идеи и на каузи. По-рядко се среща при презентации с цел популяризиране на личен мотивиращ пример.

Въз основа на анализа могат да се изведат следните характерни особености на презентациите с „поетапно въвеждане на теми и аргументи и поставяне в средата на най-съществената информация“: В този тип структура, и по-специално при презентации с цел популяризиране на научни познания (от всички сфери на науката), в най-общия случай липсват разказ на лична история, разкази на други истории и хуморът е умерен или липсва. Преобладават факти, данни, статистики и аргументи от логоса. Считаме, че характерът на презентатора е определящ за елементите, които ще включи в структурата на презентацията си. При някои презентатори по технологични или научни теми употребата на лични или други истории варира. В една тяхна презентация например няма никакви лични или други истории и хумор. Това впоследствие се променя и в друга

тяхна презентация те се въвеждат като структурни елементи. Когато са налични, разположението на историите е в началото, за да се привлече вниманието; в средата, за да се въведат аргументи и да се предизвика нов интерес и нов фокус на внимание. Често историите служат за преходи или да се въведат основания за твърдения.

Резултатите от анализа показват, че при „поетапно въвеждане на теми и аргументи и поставяне в средата най-съществената информация“ се използва по-малко самоирония, апели, обръщения, емоционална интонация, разнообразие от невербални жестове. Преобладават вербални и визуални аргументи по същество *ad rem*, както и научни и технологични демонстрации на живо или на видеозапис. Характерна за тази структура е честата употребата на визуални аргументи. Слайдовете съдържат предимно изображения от научни наблюдения, статистики, факти, данни, цифри, прогнози, уебсайтове, демонстрации на софтуер, изображения на музейни артефакти, цитати на авторитети, илюстрации на теми, подтеми, проблеми и решения на проблеми. В слайдовете има баланс между вербални и визуални елементи. На текстово равнище се извеждат дефиниции, обясняват се понятия, демонстрират се резултати, открития, презентират се основни части от структурата на презентацията, открояват се най-важните аргументи, изброяват се списъци, формулират се проблеми, хипотези, задават се въпроси. Преобладават таблици, графично оформени данни с помощта на различни видове презентационен софтуер (Prezi, PowerPoint, Keynote и т.н.). От изображенията най-често се срещат снимките. Те са документални или колажи и служат за илюстрации към твърдения. За да се подчертае разликата или сходството между данните, се използват различни цветове, с които се сепарират различните категории на данни, използват се още цветови контрасти, контрасти на форми, шрифтове, фонове и др. Преобладава логосът на вербално и на визуално равнище. Второстепенни са апелите към емоциите и от етоса. В сравнение с другите две структури в този вариант се наблюдава по-слаба употреба на реторични фигури и тропи и комбинации с визуални метафори и аналогии. Изображенията служат предимно за по-лесно възприемане, осмисляне и запомняне на съдържанието на научнопопулярната лекция, както и за визуални опори към вербалните аргументи, илюстрация на твърдения. Но също така служат за привличане и задържане на вниманието, за „изпитване“ възприятията на аудиторията, за провокация, за въвеждане на хумор с визуални средства. Има тенденция в по-късни изяви да се подобрява структурата на презентацията, да се увеличава употребата на визуални средства в презентациите. Включва се по-голям диапазон от изображения – илюстрации, визуални аргументи, снимки, филми, и мн. др.

Логиката и ясните мултимодални обяснения не са достатъчни в изложението на презентациите на сцената на TED. Необходимо е на първо място презентаторът да се свърже с аудиторията. Да спечели симпатиите и доверието ѝ, за да преодолее предразсъдъци и други бариери в комуникацията. Установяването на емоционална връзка започва от мига на излизането със самочувствие на сцената, установяването на визуален контакт и усмивката. Презентаторите са автентични, добросърдечни, заредени с енергия да разкажат за своята идея и страст. Друг прием за установяване на връзка с аудиторията е демонстрацията на уязвимост. Основни подходи са самоиронията, хумора и драматичната лична история. В тези подходи има граници на приемливо, които не се прекрачват. Спазват се реторическите норми и правила. Избягва се самоцелното споделяне, което не е свързано с ефективното постигане на целите на презентацията. Не се наблюдава употребата на хумор и самоирония самоцелно, често те имат структурна

функция в изложението. Функция на хумора и самоиронията е свалянето на преградите в комуникацията с аудиторията, предразполагането на аудиторията към темата, проблема, личността на презентатора и т.н. Смехът, виковете, аплодисментите са сигналите на обратна връзка от страна на директната аудитория, които дават информация на презентатора, че се установява добра връзка с аудиторията. Спечелването на доверието по този начин гарантира вниманието и готовността на аудиторията да се приемат основните твърдения, апели и изводи. Подобен е ефектът и на личната история с комичен обрат и на разказа на някаква друга история. Презентаторът печели доверието на аудиторията и това е една от основните му реторически задачи в увода и изложението. Забелязва се употребата на сатира, шеги, вицове и ирония. Избягват се самоцелни игри на думи, хумористични стихове, сарказъм, шеги на основата на раса, пол, етнос, сексуална ориентация, политика. Презентаторите, които не умеят да разказват истории и нямат добри артистични умения да предадат хумор, избягват тези похвати и балансират с визуални средства, факти и данни. Това е удачно, тъй като на сцената на TED се цени автентичността. Фалшът, историята, хуморът, при които не се свързват оратор и аудитория, по-скоро вредят на ефективността на цялостната презентация и се избягват. Успешните шеги са свързани с тясната специалност на презентатора – смесица от наблюдения и преувеличения. Подготвят се хумористични реплики в случаи на технически проблем или ако ораторът се затрудни на някаква реплика. Хуморът се използва във визуалните средства. Създава се комичен контраст между визуалните елементи и вербалните. Използва се сатира – казва се обратното на това, което презентаторът има предвид. След хумора и самоиронията се оставя пауза, за да отекне смехът в аудиторията. Автентичността на презентатора е важен елемент в установяването на връзка с аудиторията. Но дори да е емоционален, отнесен или мечтателен, презентаторът на сцената на TED не си позволява да е арогантен и нарцистичен. Самонадеяността, самопоказването, надменността и себеизтъкването са буквално забранени. Не се наблюдават такива прояви на вербално, визуално и невербално равнище. Основен похват за избягването на тези „грехове“ в публичната реч в TED е себеомаловажаването, самоосъждането и самоиронията. Избягват се самоцелното споменаване на имена и разказите на истории, които целят самоизтъкване, споделянето на постижения, презентирането на личността си, вместо на идеята, която ще е полезна и вдъхновяваща и за другите. Фокусът в изложението е основно върху идеите, проблемите и възгледите и по-малко върху личността и успехите на презентатора. Това се постига с похватите разказ на лична история и разказа на други истории. Въвежда се контекст и се печели доверието и симпатията на аудиторията. Историите са в различни части на увода, изложението и по-рядко в заключението на презентациите в TED. Най-често историите са лични или до близки на презентатора хора. Похватът разказ на история се комбинира с хумор, самоирония или самоомаловажаване. Разказите са основно за провали, неудобни ситуации, беди, опасности, бедствия, големи физически, икономически, психологически трудности. Разказани са автентично, честно, искрено. Това води до аплодисменти, въздишки, сълзи у аудиторията, съчувствие, състрадание и в крайна сметка установяване на връзка и доверие. Пазят се границите на допустимото, не се използват манипулации и не се разказват изцяло драматични истории в течение на цялата презентация. Избягват се разкази по расови, политически и религиозни теми по начин, който може да издигне бариери пред комуникацията. Разказът на истории предоставя възможност на

аудиторията да изпита емпатия към героите в разказа, да се потопи в техните мисли и чувства. Посредством разказите на истории се предават факти, данни, сложни екологични, научни, социални, икономически, религиозни, етнически, класови и други проблеми. Аудиторията следва разказа стъпка по стъпка и по този начин следи и аргументацията. Емоционално се свързват презентатор и аудитория. Предават се емоции на страх, ужас, надежда, страст, обич. Следва се класическа линейна хронологична подредба на разказа. Протагонистът има определени цели, но среща препятствия по пътя към целта си и попада в кризисна ситуация, следват кулминация и развързка. Това, което свързва различните разкази на истории, е, че главният герой предизвиква емпатия и аудиторията се идентифицира с проблема. Създава се напрежение, събужда се любопитство, краят е неочакван. Опасностите са сериозни и трудно преодолими. Дават се детайли и специфики. Развързката води до момент на преосмисляне, до откровение и изводи – хумористично или драматично. Историята се въвежда в контекст. Всички детайли в историята са свързани с целта на разказа. Предоставят се информация за действие, перспективи, идеи, надежда, контекст. Историите са достоверни, истински, разказани през преувеличения и измислици. Друг похват, характерен за изложението на презентациите в TED, е притчата. Притчите се използват по-рядко от историите и най-често, за да предадат духовен или морален урок. Важна част е заключителната, в която аналогията става ясна. В по-голямата си част презентаторите използват обясненията, за да въведат и разяснят дадени понятия, които са съществени за идеите, които искат да комуникират. Обясненията съдържат примери, илюстрации, данни, факти от научни изследвания. При обясненията се запалва любопитството на аудиторията. Често те представляват малки фрагменти с неочакван край в комбинации с аргументи по същество *ad rem* и етотически аргументи. Концепцията и понятията се изясняват поетапно. Създава се очакване за следващото понятие. Комуникират се нови идеи и концепции, които не са известни дотогава. Презентаторът стъпва на това, което е известно на аудиторията, подбира понятията, които ще изясни, и подбира визуални и вербални примери, мултимодални илюстрации, аргументи и реторични фигури и тропи. Използват се вербални и визуални реторични фигури и тропи, най-често аналогии и метафори, за да се разяснят трудните концепции. Аудиторията се подтиква към задаване на въпросите: Защо? И как? Целта е по-доброто разбиране на проблема, концепциите и идеите. Примерите са визуални и вербални факти, данни, аргументи по същество, етотически аргументи. Сложни йерархични концепции се комуникират по ясен, достъпен начин посредством различни модалности. Представят се взаимовръзките между различните елементи на обяснението. Използват се свързващи изрази и думи, за да се предостави възможност за внимателно проследяване на взаимовръзките между твърденията, примерите и аргументите, параграфите, темите, идеите. Избягват се технически термини и акроними. В случаите, в които се използват, се предоставят дефиниции – визуални и вербални, и се поясняват значенията на акронимите. Специализирани термини с широка популярност се употребяват, без да се подценява интелигентността на аудиторията и без допълнителни разяснения. Обясненията се подсилват с анимирани диаграми, слайдове с демонстрации, демонстрации в студиото, видеа, снимки, цитати, дефиниции. Характерно за добрите обяснения в изложението на TED е, че те разпалват емоции, ръководят аудиторията към съгласие с изводите. Използва се солидна аргументация с валидни доводи, предпоставки, преходи, твърдения и заключения. Най-често се използват визуални и вербални аргументи по същество и

етотически аргументи. Аргументацията е сложна, индуктивна и дедуктивна. Срещат се и вариации на *reductio ad absurdum*, при които се заема противоположната позиция и се доказва противоречие в нея. Интересен похват в трите структури на изложението представлява представянето на проблем, чието решение не е дадено, а е загадка, а в изложението се търси информация, факти, данни и аргументи парче по парче, докато не се разреши проблемът или не се намери решението. Или, с други думи, презентаторът кани аудиторията да се присъедини в процеса на решаването на даден проблем. Целта е да се предизвика учудване, изненада и радост. Друг интересен подход е демопрезентацията на изцяло нов технологичен продукт, изобретение или процес. Трети вариант е комуникацията на мечта и желание, около което да се съберат съмишленици и то да бъде реализирано. Акцентът в структурата на презентациите в TED е върху ценности, дори когато се презентират технологии. Обяснява се защо това е добро за човечеството и планетата Земя. Използват се визуални, вербални фигури и тропи, аргументи и мултимодални примери и илюстрации.

От анализа се откроява тенденция заключението да е кратко. Най-често се завършва с цитат, призив и рецитал. Заключение има в повечето презентации, но то е емоционално и с по-висок градус спрямо увода или въвеждането и има функция за създаде ефект на края и да завърши, да вдъхнови, да призове, да насочи, да мотивира. Често срещана е огледалната структура, в която презентацията завършва по сходен начин на увода. Така се създава впечатление за завършеност. Характерно за заключението е, че има своеобразно обръщение към аудиторията. Апелът и призивът към действие са често срещани прийоми в презентациите в TED. Представят се каузи, огласяват се ценности на оратора. Въпреки че се отправят често апели и призови, те не са в комбинации с разкази на истории или видео. По този начин основно на вербално и невербално ниво се привлича вниманието към финала, свързват се презентатор и аудитория. Заключение създава усещане за завършена презентация и за цялостност. То цели да формира мнение у аудиторията, да фокусира вниманието към най-съществените и важни моменти от презентацията. Заключение има също така утилитарна функция да се създадат контакти за съвместна работа в името на дадена кауза след презентацията. Финалът е предвиден за тематичен и идеен синтез. За да се създаде впечатление, че основните идеи и послания са комуникирани ясно, в заключителната част на презентациите често се ползват цитати. Обобщава се информацията от основната част, но се избягват сухи обобщения на казаното, благодарности към екипа и други клишета, характерни за заключенията на традиционните публични изяви. Всички презентации завършват с кратко „благодаря“. Употребата на хумор и самоирония е сведена до минимум. Избягват се извинения, апели за финансиране, дълги благодарности. Когато за обособен финал не достига времето, този факт се коментира. Основните предназначения на заключението са да информира, да обобщи, да призове към действие, да апелира към кауза, да вдъхнови и да мотивира.

Сред визуалните аргументи се открояват такива по същество *ad rem* – снимки и илюстрации, диаграми, таблици, визуални аргументи от етоса; снимки и илюстрации, цитати от книги, списания, уебсайтове и др. Сред фигурите и тропите се открояват визуални метафори, визуални сравнения, визуална персонификация, визуални хиперболи, визуални оксиморони и др. По-надолу в текста се проучват визуалните реторични аргументи – фигури, и използването им на визуално равнище от презентаторите. Резултатите от анализа показват, че презентаторите имат

предпочитания към таблиците и диаграмите, снимките и илюстрациите, които се срещат и в увода, и в основната част на презентациите. Изображенията обхващат широк кръг от снимки, уебстраници, изображения на страници от вестници и списания, билбордове, музеи, изложби и телевизионни предавания, представени в презентационни слайдове. Някои от темите в TED представят сложни процеси, които е невъзможно да бъдат изразени ясно с думи в рамките на 18 минути. Такива примери са данни, цифри или сложни химични, физични и математически формули. Всяка формула се изразява на вербално ниво с думи, но визуалната ѝ репрезентация подпомага да се разбере и осмисли от неспециализирана аудитория. Други такива примери са биохимичните процеси. С помощта на изображения – илюстрации, видео, анимации, снимки от микроскоп, 3D визуализации и др., фактите се изясняват по-бързо. Сложността на темите се опростява до диаграми и по-този начин се открояват съществените детайли. Важна цел на употребата на изображения в презентациите в TED е да се демонстрира достоверността на факти, събития и явления. Изображенията се използват като доказателства, че нещо се е случило или съществува в действителност. Изображенията в презентациите в TED понякога целят да привлекат и задържат вниманието на аудиторията. Представят се предимно необичайни, нови и непознати страни и гледни точки, преувеличения, подбужда се идентификация с обекта на снимката. Използват се нестандартни ракурси на заснемане, фокус, крупност показват се детайли. Изображенията в презентациите в TED имат и емоционален аспект. Трудно е при всички изображения в TED да се открие рязка граница между ефекта на привличане на вниманието и въздействието върху емоциите. Понякога изображенията придават атмосфера, цвят и стимул към съдържанието на презентацията. От анализа става ясно, че основните функции на изображенията в презентациите в TED са не естетически, а целят да комуникират идеи, да информират и да убедят.

Най-общо казано, изображенията в презентациите в TED: показват събития, експерименти, хора, места, организми, обекти, за които се говори на вербално ниво в презентациите (например твърде малки биологични видове, клетки, органи, организми, огромни сгради или отдалечени кътчета от света); представят големи количества данни по лесен за възприемане начин чрез групирането и презентирането им в диаграми, таблици, софтуерни програми с графики; разясняват сложни концепции и възгледи (например чрез инфографики, диаграми); подпомагат разясняването на сложни взаимовръзки и взаимоотношения; забавляват. Като основни функции на изображенията се открояват следните: изображенията спомагат да се опрости и представи ясно сложността на изследвания, проекти, проблеми, данни, факти, взаимовръзки и др.; изображенията предават универсални послания; изображенията разказват истории, доказват твърдения и убеждават аудиторията; изображенията спомагат сравняването на различни неща (възгледи, обекти, подходи и др.); изображенията стимулират, събуждат емоциите и забавляват.

Визуалните естетически аргументи съчетават елементи от етоса, патоса и логоса, като се подчертават основно компетенциите и експертността на презентатора. Преобладава личната гледна точка върху идеите, процесите и фактите. Визуалните естетически аргументи се съчетават с аргументи от фактите и реторични фигури на вербално и визуално ниво. Визуалните естетически аргументите, извлечени от ценностите, се срещат най-често при презентации с цел популяризиране на каузи и социални идеи, мотивиращи презентации, презентации на философски теми. Освен с визуална аргументация

презентаторите „изразяват себе си” и чрез невербална комуникация. Както стана ясно, презентаторите избират да презентират себе си посредством хумор и самоирония и по тази причина се редуват визуални аргументи за значими дела и поети ангажменти с такива, свързани с лични провали, комични ситуации и автентични моменти от ежедневието, които представят оратора като уязвима личност, с която всеки може да се идентифицира. По този начин не се създават бариери в комуникацията.

Може да се обобщи, че се наблюдават следните явления: промяна на технологиите, дисплеите, презентациите, извеждането на смисли посредством интеракция между текст, звук, картина, видео, анимация, аромати и усещания. Мултимодалността се проявява в презентации в TED посредством езика на изкуството за презентиране и благодарение на нови технологии и огромни дисплеи. Става ясно, че комуникацията в презентациите в TED е по принцип мултиканална, няма чисто визуална комуникация, без тя да е едновременно вербална, кинетична, контекстуална и др. Някои похвати са интеракция посредством изображения и текст, пространство, невербална комуникация, комбинации на визуален дизайн на слайдовете, реч, музика, звук и научен дискурс,

Става ясно, че TED е поле за експерименти, иновации и нововъведения в сферата на публичното говорене. Фокус се поставя върху споделянето на ценни идеи, като се ангажират по разнообразен начин и съобразно темата сетива и модалности на аудиторията. Новите формати и явления при презентациите в TED чертаят карта на еволюцията в публичното говорене във виртуалното пространство, но в същото време се спазват нормите и правилата на реториката от древността. Считаме, че библиотеката от презентации в TED е ценен ресурс за обучение по публично говорене. Презентациите систематизирано и организирано съдържат модерни и добри практики на инвенцио, диспозицио, елокуцио и акцио в контекста на съвременното и на най-новите технологии. Всяка презентация е различна. Стилът на всеки презентатор е уникален. Професионалисти и любители на публичното говорене могат да изучават техниките и похватите, използвани в над 2200 презентации в TED, и да включат в ученето всички модалности – да гледат, слушат, повтарят, заснемат и комуникират с други членове на общността в TED. Презентациите предоставят реторически инструменти за ефективно говорене, които са разнообразни и приложими в различни ситуации. Да създадат свое видео и да го качат в новия проект OpenTED, в който всеки по света може да създаде 18-минутна презентация по иновативен начин и ако отговаря на стандартите на TED, презентацията да бъде публикувана онлайн. <https://open.TED.com/>. Това означава, че учещият публично говорене не е сам по пътя си към усъвършенстването на своята грамотност да презентира. Споделянето на видео, коментирането и постоянното учене едни от други са сред ценностите на TED.

Въз основа на изследване на невербалното поведение на презентаторите в TED и косвено тяхното взаимодействие с аудиторията се доснигнадо изводи относно паралингвистиката, кинесиката, проксемиката. На база на съвкупността от множество елементи, които са отделни, но взаимосвързани помежду си, се очертаха следните тенденции. Специфично за всеки презентатор е наличието на уникален личен стил, който представя до известна степен личността на оратора. Личният стил на презентатор в TED е съвкупност от отделните параметри – уникален е на ниво външен вид (стил на обличане), изказ (стил на говорене), маниери (стил на жестикуляция), поведение (стил на придвижване в пространството) и др. Някои презентатори в TED се превъплъщават в актьори, които изиграват емоции, други се уповават на данни и факти. Например тази

тенденция най-ярко се откроява при презентаторите на „разказ на лични и други истории“, които владеят актьорски техники, изиграват емоционалните състояния, които пренасят аудиторията в реалността на разказа; други презентатори се просълзяват спонтанно от драматичните истории, които са преживели, трети хладнокръвно потапят зрителя в данни и факти, които рисуват суровата действителност. Голямо значение в структурата и аргументацията на презентациите в TED има характерът на презентатора. Това се запазва и на ниво невербална комуникация. Измеренията на личността на презентатора се проявяват най-ярко в облеклото. От една страна, изборът на религиозни, национални облекла и аксесоари има естетически, но и идеологически функции. Ораторите на сцената на TED са своеобразни посланици на своята култура и нация. От друга, социалната роля и общественото положение на презентатора определят избора на облекло – артисти, писатели, дизайнери избират по-авангардни прически, залагат на креативни комбинации на елементи на облеклото и цветовете, експериментират с дрехи и аксесоари, докато професори, политици, бизнесмени са облечени в костюми и делово облекло, а ИТ специалисти носят небрежно ежедневно облекло – маратонки и къси панталонки, и тениски и т.н.

Спазват се основни реторични принципи на неезиково равнище по отношение на пози, мимики, жестове, пози, придвижване в пространството и вокализация. Умерена е експресията на емоции на невербално равнище – изразява се предимно с жестове, мимики, интонация. Регистрираните жестове с ръце са с разнородна динамика – при някои презентатори са повече, при други са по-малко, а при малък на брой случаи те напълно липсват. Основните типове жестове са в горната част на тялото – ръцете са с отворени длани, показалец, ръка, свита в юмрук, показалец и палец. Не се регистрират мимики и жестове на насмешка, погнуся, жестокост, арогантност или агресия.

Установено бе, че от особена важност е да се следват принципите и указанията от TED. Успешните модели на поведение и облекло се запазват. Слабостите се анализират и подобряват в следващите изяви. Невербалните сигнали са до голяма степен контролирани и поведението на презентаторите е репетирано. Декодирането на невербалните аспекти на комуникацията е лесно и не представлява проблем. Това е така, защото невербалната комуникация е в синхрон с вербалната и визуалната комуникация и на информационно-съдържателно равнище не се наблюдават разминавания. Специфичните особености на невербалното при презентациите в TED са свързани със себеразкриването на презентаторите и апелативните им компоненти. Общуването се характеризира с неофициалност и липса на демонстриране на социален статус. Облеклото варира от ежедневно при жените до формален костюм при мъжете. Съблюдава се спазването на златната среда в баланс на облекло и аксесоари. Мъжете експериментират най-вече с разнообразие от цветове на ризите си, докато при жените се наблюдава по-голям диапазон при избора на облекло и промяната на стила през годините.

Представянето е неизменно свързано с това да се представят лидери на мнения. Индивидуалността остава водеща при презентирането, като се спазват съответните граници на благоприличие. Репертоарът на невербални жестове, мимики, пози, облекло и комбинациите между тях т.н. е уникален и специфичен при различните презентатори, различава се в зависимост от националността, пола, възрастта, сексуалната ориентация, темата, емоционалността на презентатора, темперамента, психичното състояние, статуса и социалните роли на презентатора. От анализа не се извеждат универсални

функции и значения на жестовете сами по себе си. Считаме, че невербалните елементи са реторични и убедителни в контекста на вербалните и визуалните аспекти на презентацията.

Изводите, до които достигнахме, са че презентирането в TED по отношение на неезиковите средства е комбинация към постигане на баланс между вербално и невербално. Не всички жесове изпълняват информативна функция. Много голяма част от тях не носят смисъл. Предава се съвкупност от вербални, визуални и мултимодални послания. Наблюденията позволяват да се изведат някои общи изводи: невербалната информация, която се излъчва от външния вид на презентаторите в TED (облекло, тембър, дикция, ритъм на речта, мимики, жестове, маниери, поглед, цялостно излъчване, приятелски тон), е позитивна и се декодира като експертност, компетентност, амбиция, мотивация, зрялост, мъдрост, креативност и т.н. Межкултурните различия не създават бариери в комуникацията. Искреността на презентаторите се изразява на всички нива на невербална комуникация. Липсват прояви на невербално ниво, които предизвикват недоверие – т.е. няма разминавания между вербално и невербално. Невербалната комуникация подпомага изграждането на доверие и атрактивност на презентатора. Изводът е, че до голяма степен поведението е съзнателно и целенасочено. Движенията на тялото, позата, жестовете, погледът на презентаторите са съобразени с техния личен стил. Те са взаимосвързани и балансирани в хармонично невербално поведение. Движенията на тялото са контролирани и репетиранни, телесните знаци и сигнали са анализирани на видеозаписи и в по-късните изяви на един презентатор те се коригират. Поведението в пространството е съобразено с рамките на осветлението и е специфично за всеки презентатор. Когато движението в пространството е ограничено, се предпочитат трибуната и столът. Най-чувствителна промяна и подобрение в уменията за презентиране се наблюдават при комуникацията чрез пространството – от статични пози по време на презентации се преминава в по-динамични; от седнали – в изправени; това рефлектира върху жестовете и погледа – от липса на жестове към по-богат арсенал от жестове; от поглед, сведен към листа, до поглед, отправен към публиката в по-късните изяви. Свърхактивната жестикуляция на един презентатор се овладява и ограничава в друга негова изява и, обратното. Обират се паразитните жестове и в по-късните изяви на един презентатор те вече липсват. Запазват се иконичните жестове, характерни за стила на един презентатор, в последващи изяви. Позата се сменя по-рядко по време на презентацията и най-често е от седнала в изправена, и то в случаите, при които има повече от един презентатор. Умелата употреба на жестове увеличава непосредствеността на общуването. По-рядко се срещат жестове от раменете нагоре, но, когато са налични, те са съпътствани от висок емоционален градус. В тези случаи невербалното повишава степента на приемливост на вербалната и визуална аргументация. Видимите подобрения във външния вид на презентаторите (облекло, прически, аксесоари и т.н.) в последващи изяви също открояват възможността за саморефлексия, която предоставя форматът TED презентация и заснемането на презентацията с видеозапис. Израженията са откровени, приятелски, строги, делови. Доколкото е възможно, те са репетиранни и контролирани. Въпреки това има пространство за спонтанност и импровизация. Могат да се обособят най-общии тенденции: Погледът излъчва спокойствие, готовност, интерес, любопитство, страст и стремеж. Не се наблюдава изразяване на манипулативност, агресия, страх, възмущение или погнуса. Интонацията и невербалната вокализация като цяло подлежат на по-малки

промени и корекции. Най-отчетливо се забелязва подобрене при употребата на логически и психологически паузи, забавяне на темпото и акцентирането върху позначими смислови моменти в разказа.

В заключението са направени следните изводи и обобщения:

Целта в дисертацията е постигната, тъй като са изследвани видовете презентации в TED, техните особености от гледна точка на виртуална визуална реторика и приложението им в публичната сфера. Изграден е представителен корпус с вербални, невербални и визуални елементи. Направен е реторически анализ на презентациите на сайта TED.com. Този анализ е направен въз основа на авторова методика – представлява реторически анализ на корпус от 160 селектирани презентации от TED.com на равнище жанр, структура, съдържание, аргументация, визуални реторични фигури и тропи, мултимодални елементи, невербална комуникация; етапи в подготовката, реализацията и популяризирането на презентации и презентатори в TED.com, както и анализ за установяване на тенденциите в развитието на TED.com и индивидуалните особености на презентатори в TED.com. Задачите на трите равнища: теоретично, методическо и практическо, са постигнати. В теоретичен план се изгради теоретична рамка чрез обзор и преглед на научната литература в областта на реториката, визуалната реторика, виртуалната реторика; обогати се и се актуализира категориално-понятийният апарат на реториката, свързан с базови реторични понятия и канони, изведоха се дефиниции на нови реторични практики от TED.com. В методически план се създаде корпус след селекция на презентации от TED.com, който е обект на изследване след подготовка на класификации и таблици; създаде се и се апробира авторова методика, която е подходяща спрямо обекта и предмета на изследване на TED.com и на корпуса с презентации от TED.com; установиха се индивидуални особености, феномени, явления, традиции и процеси на TED.com. В практически план се установиха възможности да се прилага тази методика и за други обекти, свързани с презентации, визуална и виртуална реторика; формулираха се насоки относно поведението на презентаторите при подобни реторични и комуникативни ситуации.

Хипотезите се потвърдиха в много висока степен: TED.com е своеобразен виртуален видеорепозиториум и виртуална библиотека; TED.com е уебсайт, който предоставя свободен и отворен достъп до презентациите и своеобразни електронни ресурси в жанра презентации; TED.com се разширява до платформа, портал; TED.com постепенно започва да инкорпорира социална медия и виртуални форуми; TED.com е комуникация от нов тип, която изисква съчетаване на базови реторични умения за произнасяне, съчетаващи вербални и невербални средства с технологични знания, дигитална и мултимодална грамотност, както и с умения за общуване във виртуална среда и с нови знания, свързани с визуалната реторика.

ПРИНОСИ

на докторанта Силва Пламенова Димитрова на дисертацията „Виртуална визуална в социалните медии (TED.com)”

Отчитайки целта и задачите на изследването в дисертацията, се извеждат следните приносни моменти на теоретично, методическо и практико-приложно равнище:

1. Очертани са параметрите на изследователско поле, което не е изследвано досега в България от гледна точка на виртуалната визуална реторика: презентациите в TED.com са определени като съвременна реторична практика, съчетаваща традиционни реторични похвати с визуални и мултимодални техники и аргументи.
2. Изведени са в диахронен план етапите в развитието на TED.com, установени са спецификите на презентациите в TED.com от реторична гледна точка на следните равнища: дейности при подготовката за презентирание, жанрове и поджанрове, презентатор и презентатори, видове аудитории; изведени са особености на основни реторични канони спрямо презентациите в TED.com. Това допринася за актуализиране на терминологията на науката реторика и по-точно на виртуалната и визуалната реторика.
3. Реторическият анализ в методически план е направен в резултат на изготвена методика, която позволява комплексно проучване на няколко равнища: жанрове, структура на отделни жанрове; както и на аргументация, реторични фигури и похвати на визуално равнище; изведени са индивидуални и общи специфики на поведението на презентаторите при употреба на неезикови средства. Това обогатява българската изследователска традиция чрез представяне и използване на модели за анализ, които могат да се прилагат както в полето на реториката, така и в нови области, сред които социални медии. Тази методика може да се използва и като наръчник за бъдещи проучвания, тъй създава възможности за разширяване обхвата на реторичното в полето на интернет комуникацията.
4. Реализирано е изследване, след като е създаден корпус с подкорпуси със 160 презентации от TED.com след селекция от 2200; в хода на изследването се използват съвременни реторически методи за анализ, като резултатите от него имат практико-приложен характер по отношение на виртуалната и визуалната реторика. Обособен е корпус с презентации от TED.com, примерите от анализа са представени в систематизиран вид в приложението, като те могат да служат и за бъдещи изследванията в тази област.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИЯТА

Увод стр. 6

Първа глава: Науката реторика: развитие, базови понятия и съвременни проявления стр. 10

1.1. Науката реторика стр. 10

1.1.1. Реторика: възникване и развитие стр. 10

1.1.2. Съвременна реторика: дефиниции и понятия стр. 21

1.1.3. Реториката в публикации на съвременни български учени стр. 30

- 1.2. Виртуална реторика, визуална реторика и мултимодалност стр. 34
- 1.2.1. Виртуална реторика: проявления и специфики стр. 34
- 1.2.2. Визуална реторика: проявления и специфики стр. 47
- 1.2.3. Мултимодалност и реторика стр. 59
- 1.3. Изводи и обобщения стр. 67

Втора глава: Реторични традиции и съвременна парадигма на реториката в TED стр. 71

- 2.1. Основни реторични понятия (оратор, реч, аудитория) и новите им значения в TED (презентатор, презентация, аудитория) стр. 71
- 2.1.2. Особенности на оратора и на презентатора в TED стр. 72
- 2.1.3. Особенности на TED презентатора стр. 73
- 2.1.4. Терминът „презентация“ и особености на презентациите в TED стр. 77
- 2.1.5. Терминът „аудитория“ и особености на аудиторията при TED стр. 81
- 2.2. Реторични канони и значенията им в TED стр. 86
- 2.2.1. Композиция и структура от реторична гледна точка стр. 92
- 2.2.2. Словесно украсяване от реторична гледна точка стр. 97
- 2.2.3. Запаметяването от реторична гледна точка стр. 100
- 2.2.4. Произнасяне и презентирание стр. 102
- 2.3. Специфики на комуникационната среда в TED стр. 107
- 2.4. Функциониране на реториката в нова среда в TED стр. 108
- 2.5. Изводи и обобщения стр. 114

Трета глава: Реторични и комуникативни особености на презентациите в TED.com стр. 117

- 3.1. Създаване и развитие на TED.com стр. 118
- 3.1.1. Програми, медии и идеи за популяризиране на знания в САЩ, предшествващи TED.com стр. 118
- 3.1.2. Поява и етапи в развитието на TED стр. 120
- 3.1.3. Реторични събития на TED стр. 132
- 3.1.4. Хронология на събития на TEDx.com в България стр. 141
- 3.1.5. Специфики на други формати и дейности в TED.com стр. 147
- 3.2. Специфики на презентациите в TED.com стр. 158
- 3.2.1. Жанрове на презентациите в TED.com стр. 158
- 3.2.2. Поджанрове на TED презентации стр. 161
- 3.3. Специфики на сайта на TED.com от комуникативна и реторична гледна точка стр. 164
- 3.4. Изводи и обобщения стр. 169

Четвърта глава - Изследване на виртуалната визуална реторика в презентациите в TED.com стр. 172

- 4.1. Методи, методика, дизайн на изследването и етапи на изследването стр. 172
- 4.1.1. Методи и методика стр. 172
- 4.1.2. Дизайн на изследването стр. 173
- 4.1.3. Етапи на изследването стр. 174
- 4.2. Реторичен анализ на презентации в TED стр. 175
- 4.2.1. Особенности на реторичния анализ на презентации в TED стр. 175
- 4.2.2. Особенности на увода на презентации в TED стр. 179
- 4.2.3. Особенности на основната част на презентации в TED стр. 188
- 4.2.4. Особенности на заключението на презентации в TED стр. 224
- 4.3. Реторични аргументи и реторични похвати на визуално равнище на презентации в TED стр. 227
- 4.3.1. Визуални аргументи от фактите в презентации в TED стр. 229
- 4.3.2. Визуални етогически аргументи в презентации в TED стр. 235
- 4.3.3. Реторични фигури и похвати на визуално равнище в презентации в TED стр. 237

4.3.4. Мултимодалност в презентациите в TED	стр. 239
4.4. Неезикови средства при презентации в TED	стр. 251
4.4.1. Дрес код на презентаторите в TED	стр. 252
4.4.2. Мимики, използвани от презентаторите в TED	стр. 263
4.4.3. Поглед на презентаторите в TED	стр. 265
4.4.4. Жестове, използвани от презентаторите в TED	стр. 268
4.4.5. Поза при презентиране в TED	стр. 273
4.4.6. Пространство и придвижване при презентиране в TED	стр. 277
4.4.7. Вокализация в презентациите в TED	стр. 281
4.5. Изводи и обобщения	стр. 289
Заклучение	стр. 293
Библиография	298
Приложение № 1	
Приложение №2	
Приложение № 3	

Списък с публикациите на докторанта Силва Пламенова Димитрова във връзка с темата на дисертацията „Виртуална визуална реторика в социалните медии (TED.com)”

1. Димитрова, С. (2014). TED.ED и идеи за обучението в ерата на дигиталните технологии, *Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 3-4 юли 2014 г.*, том 14, Велико Търново: НВУ „Васил Левски“, 257.
2. Димитрова, С. (2014). TED и идеи за обучението в ерата на дигиталните технологии, *Докторантски изследвания в отговор на съвременните предизвикателства пред педагогическата теория и практика. Сборник научни доклади*, Докторантски научен семинар 6-8 юни 2014 г. София: Стилует ЕООД, с. 37.
3. Димитрова, С. (2014). Особенности на виртуалната визуална реторика в TED.com, *Реторика и комуникации*, бр. 12, април 2014, <http://rhetoric.bg/>.
4. Димитрова, С. (2014). Представяне на книгата на Лон Сафко (Lon Safko) Библия на социалните медии: тактики, инструменти и стратегии за бизнеса. (Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies For Business Success), *Реторика и комуникации*, бр. 12, април 2014, <http://rhetoric.bg/>
5. Димитрова, С. (2015). Нови проекции на словесното украсяване в TED.com, /под печат/, *Международен филологически форум*, рубрика „Библиотека“ <http://philol-forum.uni-sofia.bg/library/>.
6. Димитрова, С. (2015). Нови проекции на реторическия канон dispositio в TED.com, *Реторика и комуникации*, бр. 20, ноември 2015, <http://rhetoric.bg/>
7. Димитрова, С. (2015). TED.com и промени в реторическата парадигма, *Докторантски сборник „Традиции и новаторство. Традиционни и нови подходи в социалните и хуманитарните науки“*, Т. 4, София: Авангард Прима, 287-302.
8. Димитрова, С. (2016). Визуална реторика и мултимодалност – проявления и специфики, *Реторика и комуникации*, бр. 25, ноември 2016, <http://rhetoric.bg/>