

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „РЕТОРИКА“



АВТОРЕФЕРАТ
на ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

на тема:

Аргументативен ефект на невербалното поведение

За присъждане на образователната и научна степен „доктор“
по професионално направление

2.3. – Философия (Невербална комуникация в реториката)

Докторант:
Ивайло Карагеоргиев

Научен ръководител:
проф. д.ф.н. Величко Руменчев

София, 2017

Съдържание на автореферата

Обща характеристика на дисертационния труд	2
Първа глава: Общуване, реторика и ораторско изкуство	6
Втора глава: Невербална комуникация	16
Трета глава: Аргументативен ефект на невербалното поведение	27
Приносни моменти	31
Списък с публикации на докторанта по темата на дисертацията	32

Обща характеристика на дисертационния труд

Изследването е насочено към значима и проблематична област, каквато е областта на невербалната междуличностна комуникация. Общуването е една от главните движещи сили на човешката общност, спътник на всяка човешка дейност и поведение. Хората, посредством дебати, дискусии, диалози и писмен текст, всекидневно обменят различни представи, интереси, настроения и чувства. Въпреки това, значението, което има невербалното поведение в този процес, често им убягва.

Световната, а и българската наука, дълго време подценява и отхвърля невербалната комуникация и едва през последните десетилетия учени от различни области на познанието я превръщат в свой изследователски обект.

В световната литература съществува голям брой изследвания върху невербалното общуване, неговите функции и начините му за реализиране, но сравнително малко внимание се отделя на убеждаващата страна на невербалната комуникация. Това важи с пълна сила и за проучванията, посветени на това научно поле в България, което, заедно с нарастващото значение на междуличностните контакти във всяка сфера на човешкия живот, определя актуалността на настоящото изследване.

Обект на изследването е комуникацията между хората и в частност нейната невербална съставка, а негов предмет – аргументативната функция на невербалното поведение.

Като материал за анализ служат видеозаписи на известни личности от политическия живот на света от последните няколко десетилетия (Барак Обама, Хилъри Клинтън, Доналд Тръмп, Владимир Путин, Фидел Кастро, Адолф Хитлер). Изборът е основан на тяхната широка разпознаваемост в обществото и на факта, че техните думи и действия оказват значително влияние върху съдбата на цели народи, а защо не и на цялото човечество. Резултатите от анализа, в комбинация с изводите от други проучвания в

областта на невербалната комуникация, служат като база за постигането на целта, която се поставя в началото на това изследване - потвърждаването или отхвърлянето на тезата, че невербалното поведение може да изпълнява аргументативна функция и чрез него би могло да се осъществява убеждаващо въздействие.

За постигането на тази цел се определя, че е необходимо да бъдат изпълнени три основни задачи:

- Да се представи обзор, съдържащ „класически“ и модерни теоретични и емпирични изследвания в областта на невербалната комуникация
- Да се изведат и обособят специфични и базисни понятия, които изпълняват ключова роля при изграждане на категориално-понятийния апарат, необходим за изследването на полето на реторическата комуникация, като: „общуване“, „комуникация“, „кинесика“, „проксемика“, „убеждаване“ и т.н.
- Да се направи анализ на комуникационни ситуации от обществения живот, данните от който, заедно с примери от други емпирични изследвания, да потвърдят или отхвърлят тезата, предложена в настоящото проучване

Като най-подходящи за постигането на обозначените цели са определени методите наблюдение, сравнителен анализ, дискурсивен анализ и дескриптивен анализ. Изборът на методи за извършване на анализа в настоящото проучване е предопределен от факта, че по-голямата част от изследванията на невербалното поведение се осъществяват именно с тяхна помощ.

Дисертацията се състои от декларация за оригиналност на съдържанието, увод, съдържание, три глави, заключителна част, списък с публикации по

темата и библиография. Общият обем на дисертационния труд е 267 страници, от които 250 страници научен текст и 17 страници, разпределени между съдържанието, библиографията и приложенията към текста. Използвани са 264 източника, от които 81 на български език, 71 на руски език, 88 на английски език, както и 24 интернет страници на български, английски, руски и испански език.

В композиционно отношение текстът е организиран в следната структура:

Съдържание	1
Увод	4
I глава: Общуване, реторика и ораторско изкуство	7
1. „Общуване“ и „комуникация“	7
1.1. Етимология на термините „комуникация“ и „общуване“	7
1.2. Същност и значение на термина „комуникация“	9
2. Комуникационни модели в реториката	13
2.1. Лингвистични модели	13
2.1.1. Роман Якобсон, Дел Хаймз, Дебора Шифрин	13
2.1.2. Комуникационен модел на Пол Вацлавик	16
2.2. Комуникационни модели в психологията	21
2.2.1. Модел на Карл Бюлер	21
2.2.2. Модел на Фридман Шулц фон Тун	22
3. Процесът на комуникация през призмата на социалната психология	26
4. Масова комуникация	28
5. Реторика и ораторско изкуство	32
5.1. Ораторско изкуство и публично говорене	46
6. Определящата роля на аудиторията в реторическото общуване	53
7. Убеждаваща комуникация	68
7.1. Убеждаващият оратор	76
8. Изводи и обобщения	82

II глава: Невербална комуникация	85
1. Същност на невербалната комуникация	85
1.1. Класификация на невербалната комуникация	89
1.2. Функции на невербалната комуникация	93
2. Изследвания в областта на невербалната комуникация	98
2.1. Етологичен подход	98
2.2. Социално-перцептивен подход	99
2.3. Културно - антропологичен подход	100
2.4. Психологически подход	101
3. Изследвания върху невербалната комуникация в България	103
4. Невербалната комуникация в контекста на мултикултурно общуване	105
5. Кинесика	110
5.1. Експресивност на човешкото лице. Лицево изражение. Методика FAST	113
5.1.1. Мимики	115
5.1.2. Очи. Зеници. Зрителен контакт	117
5.1.3. Видове поглед според Алън Пийз	122
5.1.4. Количество поглед	124
5.2. Жестове	126
5.2.1. Изобразителни, указателни и условни жестове	132
5.2.2. Емоционални жестове	134
5.2.3. Жестове с докосване на лицето	135
5.2.4. Жестове паразити и жестове адаптори	137
5.3. Невербална вокализация	138
5.3.1. Мелодика	141
5.3.2. Сила на гласа	143
5.3.3. Тембър	145
5.3.4. Темп на речта	146
5.3.5. Ударение	148
5.3.6. Паузи	149
5.3.7. Ритъм	152
5.3.8. Тон на речта	154
6. Проксемика	156
6.1. Лично пространство	158

6.2. Териториалност	161
6.3. Разстояние	163
6.4. Ориентация	166
7. Други видове невербална комуникация	169
7.1. Външен вид, първо впечатление, физически дадености на личността	169
7.2. Допълнителни аксесоари	181
8. Изводи и обобщения	183
III глава: Аргументативен ефект на невербалното поведение	185
1. Невербални параметри на харизмата	185
2. Невербални аргументи в предизборните дебати	200
3. Ораторски портрети през призмата на невербалната комуникация	224
3.1. Владимир Владимирович Путин	224
3.2. Фидел Кастро Рус	238
3.3. Адолф Хитлер	244
4. Изводи и обобщения	249
Заклучение	251
Приносни моменти	254
Списък с публикации по темата на дисертацията	255
Библиография	256
Декларация за оригиналност и достоверност на текста	267

I глава: Общуване, реторика и ораторско изкуство

В началото на първа глава от дисертационния труд са представени етимологията и значението на термините „комуникация“ и „общуване“. Авторът посочва, че в българския език терминът „общуване“ често е натоварен

с различно значение от термина „комуникация“. Под „общуване“ обикновено се разбира взаимодействие между хора, докато под „комуникация“ – пренасяне на информация посредством технически канали – медиите. Употребата на термина „комуникация“ обаче, през последните десетилетия, постепенно измества употребата на „общуване“, най-вече поради факта, че страната ни е повлияна от различните процеси на глобализацията, вследствие на което зачестява употребата на думи от международната/интернационалната научна терминология.

Относно етимологията и полисемантичността на понятието „комуникация“ е указано, че то произлиза от латинското „communicare“ (съобщавам, споделям, правя (нещо) общо. Коренът на думата е *muni* (а не *uni*), свързан с думи като „community“ (общност), *meaning* (значение) и др. Латинското *munus* се отнася до даровете или задълженията, предлагани и изпълнявани публично – в това число устройването на гладиаторските борби, данъците и обредите в памет на мъртвите“.

Също така, с цел определяне същността на термина „комуникация“, са изложени накратко гледните точки на автори от различни сфери на науката – Готфрид Лайбниц, Кристиан Волф, Джордж Мийд, Бернар Тусен, Томас Сибиък, Фердинанд Сюсюр. Авторът посочва съществуващите сходства в разбирането за същността на двете понятия и указва, че по време на изложението те ще бъдат употребявани като синоними.

Внимание се обръща и на факта, че реториката има допирни точки с други науки, което ѝ позволява да използва в процеса на реторическите изследвания някои от техните достижения. Вследствие на това в следващата част от първа глава се излагат някои комуникативни модели от лингвистиката и психологията. Акцентът е поставен върху моделите за комуникация на Роман Якобсон, Дел Хаймз, Дебора Шифрин, Пол Вацлавик, Карл Бюлер и Фридман Шулц фон Тун.

Моделът на Роман Якобсон е съставен от шест компонента, всеки един от които представлява отделна функция на езика. Под влияние на австрийския

психолог Карл Бюлер, Якобсон открива три нови функции на езика – поетическа, фатическа и метаезикова. Освен това, Якобсон дава нови наименования на трите функции на Бюлер. Експресията е заменена с емотивна функция на езика, обръщението с конотативна функция на езика, а репрезентацията с референтна функция на езика.

Дел Хаймз не изобразява схематично своята идея за същността на комуникацията. Той допълва комуникационния модел на Роман Якобсон с два нови компонента – тема и обстановка. По-късно Хаймз представя схематично виждането си за комуникацията чрез думата *speaking* (говорене), която разглежда като акроним.

Американската езикова антроположка Дебора Шифрин представя свой комуникационен модел, в който посочва пет области на комуникацията. Шифрин разглежда „комуникация“ и „дискурс“ като равнозначни понятия, като структурата на действията и структурата на размяната, въпреки че се осъществяват чрез езика, се възприемат като неезикови. Елементи на структурата на размяната са репликите, а речевите актове са елементи на структурата на действието. Всички елементи в тези структури биват взаимосвързани чрез последователност във времето.

Според Пол Вацлавик всеки комуникационен процес включва в себе си съдържателен компонент и компонент на взаимоотношението. С помощта на съдържателния компонент хората предават информация, данни и факти. Компонентът на взаимоотношението съдържа в себе си междуличностните връзки на този, който изпраща съобщението и на този, който го получава. На „предметно“ ниво хората съобщават съдържанието, а на ниво „взаимоотношение“ става ясно как това съдържание трябва да бъде разбирано. Към аспекта на взаимоотношението Вацлавик добавя също мимиките, жестовете и интонацията. Вацлавик разглежда комуникацията и отношенията между хората като отворена система, т.е. двама души, които участват в процес на комуникация, не просто си взаимодействат, а създават едно цяло, което може да се разглежда отделно от обкръжаващата го среда.

Австрийският психолог Карл Бюлер създава свой модел на процеса на комуникацията. Моделът на Бюлер е триелементен и съдържа отправител и получател на посланието, както и конкретно езиково явление.

Бюлер разглежда тези три компонента като три променливи фактора на комуникацията. Тези фактори са символизиращи от триъгълника в схематичното изобразяване на комуникацията, което Бюлер предлага. Линиите в схемата символизиращат семантичните функции на езиковия знак, а полето, очертано от кръга, в който се намира буквата „З“ (знак), е обектът на изследване от страна на лингвистиката. Карл Бюлер извежда и три основни функции на човешкия език – експресивна; апелативна; репрезентативна.

Анализирайки етиологията и семиотиката на комуникативните послания, обменяни в хода на междуличностните интеракции, Лангер, фон Тун и Тауш, стигат до извода, че комуникативността и интегративният характер на тези послания е възможна благодарение на тяхната четириизмерна структура, включваща информационно-съдържателен, афективно-оценъчен, апелативен и себеразкриващ компонент.“

Шулц фон Тун разширява своя комуникационен модел с т.нар. „модел с четири уши“, според който всеки получател на послание има по едно ухо за всеки от компонентите на съобщението. Ухото на информационно-съдържателния компонент отговаря за възприемането на съобщаваните факти. Ухото на себеразкриването служи за възприемане на онази част от комуникативното послание, която информира за определени аспекти на личността. Ухото на афективно-оценъчния компонент улавя информацията, чрез която се изразява лично отношение към комуникационния партньор в рамките на едно комуникативно послание. Ухото на апелативния компонент служи за осъзнаване на въздействието или на провокативното намерение, изявено в дадено комуникативното послание.

В рамките на социалната психология са създадени различни изследователски модели. Тези модели, макар и различни, имат една обща характеристика – присъствието във всеки от тях на четири основни

компонента: послание; източник на посланието; канал за предаване на посланието; получател на посланието. Към четирите основни компонента на социологическите комуникационни модели може да се добави и обратната връзка между източника и получателя на посланието. Обратната връзка е поведенчески акт, който се осъществява успешно, ако източникът на посланието разбира за реакцията на получателя в резултат на неговия отговор. Чрез нея комуникативните партньори съдят доколко са ефективни средствата за общуване, които те са избрали в дадената ситуация.

Освен на междуличностното комуникационното взаимодействие авторът обръща внимание и на масовата комуникация. Отчетени са основните разлики между двата вида общуване и по-точно фактът, че при междуличностното общуване комуникаторите са ясно персонализирани, а при масовата комуникация те често не притежават тази характеристика. Освен това, ролята на канал за предаване на информацията в масовата комуникация изпълняват различните медии, а източникът на посланието може да бъде някаква институция.

В следващата част от тази глава е представен теоретичен обзор, който има за цел да изясни същността на реториката и ораторското изкуство, както и да представи някои от основните изследвания в тази област от времето на нейната поява до наши дни.

Разглежда се гледната точка на Й. Ведър, който определя реториката най-общо като наука за ораторското изкуство и подчертава, че „с термина „ораторско изкуство“ (и синонимите му: „красноречие“, „ораторско майсторство“, „ораторска изява“) ние обозначаваме обобщено дейността на човек, който говори публично по обществено значими въпроси.“

В тази дефиниция за обекта на реториката могат да се открият три ключови понятия – „целенасоченост“, „публичност“, „обществена значимост“. Обществената значимост се свързва с необходимостта от изразяване на отношение или вземане на отношение по някакъв проблем, който е приет за важен от група хора дотолкова, че да стане предмет на публично обсъждане.

Публичността идва от наличието на група слушатели, които са пряк или косвен обект на словесното въздействие.

Д. Александрова разглежда убеждаващото общуване като предмет на реториката. Според нея реториката изследва закономерностите на целенасоченото взаимодействие между комуникатор и реципиент, неговите методи, форми и средства. В този план бихме могли да разгледаме реториката като наука за историята и практиката на общуването между два или повече субекта, което има за цел промяна на мненията, убежденията, вярванията и поведението на общуващите.

Акцентът в тази част е поставен върху изучаването на реториката и ораторското изкуство в гръко-римската античност. Представени са основните схващания на Аристотел относно методите на убеждаване, стила на оратора и ролята на аудиторията в процеса на реторическа комуникация.

Още в древността Аристотел формулира основните принципи на ораторското изкуство и класифицира реторически устните публични изказвания. В „Реторика“ той разделя ораторските изяви на три рода според тяхната цел, разграничавайки съвещателни, съдебни и епидейктически речи. Древногръцкият философ говори за три различни съставляващи, които обикновено влизат в арсенала на успешните оратори, чието правилно съчетаване дава най-добри резултати в процеса на убеждаване – логос, патос и етос.

Представени са, макар и по-накратко, вижданията на Горгий за важността на езика, както и разбирането на Демостен за значението на произнасянето, но и на аудиторията като активен субект в процеса на реторическа комуникация.

Необходимото внимание е отделено и на Цицерон, който твърди, че за оратора е нужно да усъвършенства всичко, което има връзка с обичаите, навиците и моделите на поведение на хората, т.е. всичко свързано с ежедневието и правилата, по които функционира обществото. Цицерон допринася за синтеза на видовете ораторски задачи, като определя три основни: *docere*, *delectare*, *movere* (да убеди, да достави наслада, да увлече).

Друг важен момент от тази част е представянето на първото дидактическо съчинение, посветено на подготовката на оратора в нейния пълен обем - трактата „Обучението на оратора“ на М. Ф. Квинтилиан. Трактатът разработва детайлно въпросите на съдебното красноречие, видовете речи, езика и стила на речта, методиката за подготовка на устното публично изказване и неговото произнасяне. Последната книга е посветена изцяло на оратора – какъв трябва да бъде и как да постигне успех и признание.

Квинтилиан, както и Цицерон, обръща внимание на актьорското изкуство. То трябва да се има предвид, ако ораторът иска да усвои доброто произнасяне. Той определя три основни дяла в реториката – за науката, за оратора и за самата реч. Науката е това, което трябва да обхване теорията, т.е. знанието да се говори добре. Ораторът е лицето, усвоило тази наука или с други думи това е авторът, чиято цел е добре да говори, а речта представлява произведението, което се създава от него.

В следващата точка се засяга въпроса за ораторското изкуство и публичното говорене. Привежда се определението на Е. Ножин, според който ораторът е човек (лектор, пропагандист, агитатор), произнасящ публична реч, т.е. с термина „оратор“ означаваме не качество на говорещия, а само определена социална роля. Авторът приема тезата на В. Руменчев, според когото е необходимо определението за ораторско изкуство да увеличи обема си в две направления. От една страна, като обхване и диалога. И от друга, като се разшири значително кръгът на социалните роли и професиите, които ораторстват. Трябва да се излезе извън границите на пропагандното въздействие и професионалните оратори (лектор, агитатор, пропагандист) и да се отиде към общуването въобще, без в същото време да се припокриват параметрите на всекидневно и реторично общуване.

В края на теоретичния обзор, посветен на реториката и на ораторското изкуство се разглеждат понятията „капан на Брокау“ и „грешката на Отело“, въведени от Пол Екман. Обяснява се и начина, по който те се реализират на невербално равнище, а също така възможностите за грешка в декодирането на

информацията или за манипулация, които биха могли да възникнат вследствие на тяхната поява.

Внимание е отделено на определящата роля, която играе аудиторията в процеса на реторическа комуникация. Представена е позицията на Платон, който смята, че душите трябва да се познават добре, а също така се излагат гледните точки на Б. Поршнев, Ст. Горчев, Л. Битцер и Д. Александрова. Определението за аудиторията на Александрова се приема каро работно в дисертацията.

В изучаването на ораторската аудитория би могла да бъде полезна анкетата на „двадесетте отговора“ на М. Кун, която може да се разглежда като една от методиките за установяване на видовете души. Проведена сред различни, директни и индиректни, открити и закрити, хомогенни или разнородни, възрастово, интелектуално, професионално и пр. аудитории, тя би могла да даде приблизителния общ за всички тях минимум от изисквания, характеристики на т.нар. „фактор на доверие“ и „фактор на привлекателност“, които улесняват въздействието. Тяхното реално съобразяване от оратора дава основание да се говори за нещо повече от публично говорене, което е всъщност пътят за превръщането му в ораторско изкуство.

Разгледана е и позицията на френския социален психолог Густав Льо Бон, който смята, че щом определен брой живи същества се съберат на едно място независимо дали става дума за стадо животни или за човешка тълпа, те инстинктивно се поставят под властта на някакъв ръководител, т.е. водач. Според Льо Бон водачът на човешки тълпи играе значителна роля, като неговата воля е ядрото, около което се оформят и уеднаквяват възгледите, а тълпата е стадо, което не може да мине без господар. Той твърди, че чувствата, които проявява една тълпа, добри или лоши, притежават двойното свойство на крайна простота и крайна преувеличеност. По този показател индивидът сред тълпата се приближава до първобитните общества.

В тази точка са разгледани още потребностите, мотивите и целта в дейността на аудиторията. Накратко е представена една от най-популярните

класификации на потребностите, която принадлежи на А. Маслоу. Маслоу изгражда т.нар. „пирамида на потребностите“, която има пет стъпала.

След това се обръща внимание на влиянието, което може да окаже идиолектът. Представен е феноменът „говорене на един и същи език“. Засяга се начинът, по който изразните средства на езика могат да доведат до различни оценки за оратора. Отбелязва се и фактът, че всички съвременни специалисти по пропаганда и изграждане на медиен образ си дават сметка за ефекта от този вид говорене. Феноменът „говорене на един и същи език“ е илюстриран посредством примери от изказвания на новоизбрания президент на САЩ Доналд Тръмп и българския министър-председател Бойко Борисов.

В последната част от първа глава се излагат вижданията на различни автори за същността на убеждаващата комуникация. Подчертава се, че реториката се занимава с нея, откакто съществува, а терминологичното словосъчетание е синоним на реторическо общуване и ораторско изкуство.

Представена е гледната точка на М. Блек относно същността на феномена „вяра“, като се прави извода, че понятието „убеждение“ бихме могли да разглеждаме като твърдествено на понятието „оправдана вяра“, т.е. вяра, за която има аргументи, доводи и основания.

Авторът излага някои от основните съвременни теории за убеждението. Представени са концепциите на Ховланд, Джанис и Кели, Хърбърт Келман, А. Грийнуолд, Р. Перлоф, както и моделите за убеждаваща комуникация, наречени „Евристично-систематичен“ и „Модел за вероятността от обмисляне“.

Разглеждат се основните изисквания към оратора, за да може той да бъде убедителен. Акцентът е поставен върху разбирането на Аристотел за доказателствата, свързани с изкуството и лежащи извън него, а също така върху характера на оратора, изграден от идеологическите и религиозните му вярвания, националността, естетическите предпочитания, общественото положение, компетентността, чувството за хумор и ерудицията му.

Именно чрез характера е възможно предизвикването на доверие от страна на аудиторията, а това е едно от най-важните неща, към които трябва да се стреми ораторът. То може да нарасне, ако той се представи пред нея като висококвалифициран експерт, запознат с дискутирания предмет. Високата експертиза на източника на посланието също предизвиква съгласие, защото увеличава нивото на приемане на аргументите в съобщението.

Привежда се и гледната точка на Ч. Христов, според когото един от най-силните показатели за нарастване на доверието към комуникатора е, когато той показва безпристрастност към обсъждания проблем, както и липса на намерение за убеждаване. Дори когато защитава теза, която е против неговия интерес, той печели доверие като искрен и непредубеден човек, а всяко изразено от негова страна пристрастие може да се изтълкува от аудиторията като лична заинтересованост.

Относно това твърдение авторът коментира, че е напълно е възможно обаче да се случи и обратното, тъй като една от особеностите на възприемането на комуникатора въобще и в условията на масовите комуникации в частност се заключава в това, че реципиентите възприемат едновременно изходящото от комуникатора съобщение и личността на самия комуникатор. Ако се получи разминаване между предварителната информация на аудиторията за оратора и вербалното и невербално му поведение по време на произнасянето на речта, е много вероятно тя да застане нащрек и да повиши своята критичност към ораторското послание, затваряйки частично или изцяло шлюза на доверие към оратора.

Внимание е отделено и на Б. Поршнев, който, позовавайки се на Л. Виготски и Ч. Морис, твърди, че част от природата на речевите знаци е тяхното предназначение да предизвикват явна или скрита поведенческа реакция. Според Поршнев, ако през времето, необходимо на посланието да предизвика реакция, по каквата и да е причина, се прояви феноменът на мисленето, механичното изпълнение отстъпва място на т.нар. контрасугестия.

Разглежда се понятието „невербален стил“ като се упоменава класификацията на Л. Аредондо, който разделя видовете на стила на пасивен, положителен и агресивен.

Главата завършва със синтезирано представяне на основните моменти в нея.

II глава: Невербална комуникация

Втората глава от дисертационния труд представлява теоретичен обзор на невербалната комуникация. Включени са както основополагащи изследвания в областта, така и по-нови проучвания. Извеждат се понятията „кинесика“, „проксемика“, „вокализация“. Внимание се отделя на основните класификации в сферата на невербалното, с които си служи съвременната наука. Представени са и някои от най-употребяваните подходи в изучаването на невербалното общуване. Акцентът в теоретичния обзор е съобразен с темата на дисертацията и пада върху възможностите за осъществяване на аргументативен ефект от страна на различните невербални елементи.

В първата част от тази глава се разглежда значението на понятието „невербална комуникация“. Различните автори влагат различен смисъл в него. Като такъв той най-често се употребява в семиотиката, а в лингвистиката като еквивалент може да се срещне понятието „паралингвистика“ или „екстралингвистика“. Двете понятия обаче означават едно и също, а именно всички форми на невербално поведение при хората, отнасящи се към речевото общуване.

Различните изследователи признават, че невербалната комуникация е отчасти осъзната и осмислена и отчасти неосъзната и осъществяваща се без, а често и против желанието на индивида. Рос Бък счита, че комуникацията има два едновременно протичащи потока: символен, който е заучен, преднамерен

и пропозиционен, основан на неокортекса, и спонтанен, който е биологично основан, директен, непропозиционен и базиран в подкорияето на мозъка.

Внимание се отделя и на тенденцията невербалното общуване да се разглежда като комплекс от разнообразни движения на тялото, което внася ограничения на полето, което то обхваща и оставя встрани явления като заобикалящата среда по време на комуникативния акт, външния вид, облеклото, аксесоарите на участниците в него, вокализацията и т.н. Съвременните опити да се установи определен кръг от движения, които имат отношение към невербалното и по своята същност са както средство така и начин за предаване на даден обем информация, се базират на идеите на Ч. Дарвин, Д. Ефрон, Р. Бърдуисъл, А. Шефлен, Е. Хол.

Следва представяне на някои от основните класификации, които се използват при изучаването на невербалната комуникация. В полезрението на автора попадат класификациите на Шефлен и Дънкан, която съдържа шест вида модалности – двигателна, пространствена, параезикова, тактилна, обонятелна и цивилизационна, а също така класификацията на Г. Крейдлин, който разграничава категориите: окулесика; паралингвистика; кинесика; аускултация; хаптика; хастика; олфакция; проксемика; хронемика; системология. Представят се и гледните точки по този въпрос на В. Райнов и Г. Андреева.

Следващата точка е посветена на функциите, които невербалната комуникация може да изпълнява. За целите на изследването са приети функциите, които Величко Руменчев разглежда в „Невербална комуникация в публичната реч и деловото общуване“ – функция по подтекст, синхронизираща функция, функция на обратната връзка, модално-емоционална функция.

Теоретичният обзор продължава с четирите основни подхода при изследването на проявите на невербалното общуване.

На първо място е поставен етологичният подход, като внимание се отделя на изследователите А. Михръбиън, С. Голдин-Медоу, Р. Краус и Д. Морис.

Социално-перцептивният подход в социалната психология е застъпен в изследванията на В. Лабунска, която създава методики за диагностика на невербалната експресия. Също така, Лабунска обръща внимание на неяснотите в категориално-понятийния апарат на невербалната комуникация, появили се в резултат на разчленяването на феномена невербално общуване според неговите различни проявления.

Морозов насочва вниманието си към приликите и разликите между невербалния и вербалния съставляващи компоненти на общуването, като определя няколко основни разлики между двете, които според него дават основание за отделянето на невербалния канал за комуникация като имащ право на самостоятелно съществуване обособен предмет на научно изследване.

Следва културно-антропологичният подход, чийто родоначалник е Едуард Хол. В книгата си „Тихият език“ той разглежда културната среда като съставена от десет различни елемента или взаимосвързани човешки дейности, наречени основни съобщителни системи. Според Хол, всяка култура има своите съобщителни системи, като само първата от тях има връзка с езика, а всички останали имат нелингвистичен произход – взаимодействие, асоцииране, съществуване, двуполовост, териториалност, темпоралност, учене, игра, защита, използване на материали.

Психологическият подход към невербалната комуникация е представен от Дж. Хариган и А. Кендън. Пол Екман изследва особеностите на емоционалните и невербални сигнали, а Х. Хелфрих функциите на паралингвистичното (разбирано като невербално) поведение в културата.

Методологията, свързана с изследванията в областта на невербалната комуникация, е синтезирана от утвърдените изследователи на емоциите и тяхната експресия на невербално равнище К. Ширър и Пол Екман.

Към авторитетните рускоезични източници по отношение на различните аспекти на невербалната комуникация биха могли да бъдат отнесени работите

на И. Горелов и Т. Николаева, представящи руската школа по отношение на психолингвистиката и паралингвистиката.

Авторът отбелязва, че изброените подходи не съществуват напълно разделени един от друг. Те взаимодействат помежду си, а тяхното разграничаване по подобен на посочения по-горе начин има за цел да подчертае акцента в съответните конкретни разработки. Например психолингвистите използват наблюденията на културолози, етнологии, антрополози за решаване на проблеми за националната специфика на невербалното поведение.

Трета точка от втора глава е посветена на изследванията върху невербалната комуникация, които се провеждат в България. Засегнати са трудове на Сава Джонев, Людмила Андреева, Толя Стоицова, Росица Йосифова, Васил Райнов, Андреана Ефтимова и Величко Руменчев.

В следващата част е отделено внимание на невербалната комуникация в контекста на мултикултурното общуване. Още през 1872 година Дарвин подчертава подобията в експресивните движения на хора с различни културни традиции, като тези особености се приписват на определени вродени механизми.

Значителни резултати постига експериментът на Иринеус Айбл-Айбесфелд, при който воденият от нея изследователски екип прави наблюдения на видеозаписи на големи популации в Европа, островите Бали, Папуа, Самоа, на южноамериканските индианци и бушмените, както и на редица народи, вече изследвани от други автори. Айбесфелд говори за механизми, които са вродени и невинаги контролирани от човешкия опит. Тези механизми са частично сензорно перцептивни и частично централни, продукт на висшата психична дейност.

Важни изследвания в межкултурен план провежда Пол Екман, Резултатите на Екман, базирани върху снимки на хора от двадесет и една различни култури, показват, че шестте основни емоции – радост, учудване, мъка, гняв, отвращение и страх, се разпознават почти еднакво от

представителите на различните общности. Единствено сериозно културно различие се наблюдава при интерпретирането на показващите страх фотографии като изобразяващи изненада от японците.

Втора глава продължава с теоретичен обзор на един от основните дялове на невербалната комуникация – кинесиката. Обръща се внимание на произхода и различните определения на понятието. Акцентът е поставен върху трудовете на Г. Крейдлин и Ф. Поятос. Изложението продължава с представяне на разбирането на В. Биркенбил, което до голяма степен съвпада с това на П. Вацлавик, разгледано в първа глава.

Внимание се отделя и на различните елементи, които кинесиката изследва. Представена е методиката за изследване на емоциите по лицевото изражение FAST, въведена в литературата от П. Екман, С. Томкинс и У. Фрайзен. Според нея, лицето се разделя на три зони по хоризонтал: „горна“ – вежди и чело; „средна“ – очи и клепачи; „долна“ – бузи, нос, уста, брада. Методиката изследва лицевата изява на основни емоции – радост, учудване, мъка, гняв, отвращение, страх и комбинации между тях.

Следва представяне на основните виждания относно същността на мимиките, като акцентът пада върху твърденията на К. Изард, чиито изследвания доказват, че мимическото изражение на емоциите има еволюционно-биологическо, а също така и психологическо и социално значение. Пол Екман, Уолъс Фрайзен и Силван Томкинс смятат, че има основания мимиката да се локализира в отделни части на лицето. Те установяват, че мимиката е изключително сложен феномен, защото една емоция се демонстрира в една област на лицето, а друга емоция в друга област, като например вдигнатите от изненада вежди и здраво сключените устни като израз на гняв.

Изложението продължава с разглеждане на очите, зениците, зрителния контакт и видовете поглед. Акцентът е поставен върху аргументативната функция, която те биха могли да изпълняват в комуникативната ситуация. Авторът привежда данни от трудове на Алън и Барбара Пийз, Екхард Хес.

Представена е характеристика на основните видове поглед, разработена от А. Пийз. Пийз разграничава делови, социален, интимен поглед, поглед изпод вежди, поглед с притворени клепачи и поглед над очилата.

Обръща се внимание и на количеството поглед. Приведени са резултати от изследване на М. Аргайл, които показват, че по време на директно общуване очи в очи между европейци средната продължителност на гледане един към друг е 61%, като 41% от насочения поглед е по време на говорене, 75% по време на слушане, а 31% е взаимен. В. Руменчев добавя, че е възможно по-голямото количество поглед да изразява защитно поведение, при което насрещната страна се следи визуално много внимателно. Според него това е добре, когато се цели предотвратяване на физическа агресия, но не се препоръчва при делово общуване, тъй като от една страна издава слабост, а от друга, кара противника да засили самоконтрола и да преустанови или сведе до минимум изтичането на невербална информация. Руменчев не изключва подобно поведение да се възприеме и като стремеж за доминиране и агресия.

В следващата подточка авторът обръща внимание на различните видове жестове. Акцентът е поставен върху вижданията на Д. Гивънс, Р. Клаус, Й. Чен, П. Чавла. Приведени са и класификации на жестовете, създадени от Г. Крейдлин, М. Мацумото, М. Франк и Х. Хуанг. Поотделно са разгледани различни видове жестове: изобразителни, указателни и условни; емоционални; жестове с докосване на лицето; жестове паразити и жестове адаптори. Внимание е отделено на изследванията върху жестовете на Д. Морис, Л. Глас, А. Трендафилова и Т. Стоицова.

Изложението продължава с теоретичен обзор на друга основна част от невербалната комуникация – невербалната вокализация. Невербалната вокализация е разгледана детайлно в работите на В. Морозов, В. Лабунская, Ф. Поятос, М. Аргайл, Г. Андреева и др. Д. Тилков определя интонацията като „комплексно звуково явление, което в речта функционира на равнището на фразата чрез промените на своите честотни, интензитетни и темпорални

характеристики, възприемани субективно като промени в мелодиката, силата и времетраенето на сегментните единици.“

Съществени различия не се наблюдават, тъй като отделните автори отнасят едни и същи невербални знаци и сигнали към различен вид гласова невербална комуникация. Аргайл например смята, че темпът на речта има връзка със самата реч, докато Г. Андреева го отнася към екстралингвистиката, т.е. към невербална комуникация, несвързана с речта.

Приема се, че понятието „интонация“ не включва интонационни характеристики, чрез които се разпознава говорещият – пол, възраст, здравословно състояние, диалектна принадлежност, обща висока или ниска тоналност на изказването, обща висока или ниска сила, темп, тембър и др.

В изследването се обръща детайлно внимание на мелодиката, силата на гласа, тембъра, темпа на речта, ударенията, ритъма, тона и паузите.

Под мелодика в теорията се разбира промяната в честотата на основния тон на говора, няколкото тона, които възпроизвеждаме без каквото и да е усилие. Тази промяна се възприема от аудиторията като изменение на височината. Някои автори отъждествяват мелодиката с интонацията, което показва, че мелодиката е нейна основна характеристика.

Привеждат се резултати от експерименти на Пол Екман, които показват възможността височината на тона на гласа да издаде лъжа. В 70% от изследваните субекти при силно душевно вълнение височината се повишава. Това е особено валидно при изпитване на страх или на гняв. Ако цел на лъжата е да се скрие страх или гняв, гласът ще бъде по-висок или по-силен, а речта – колкото е възможно по-бърза. Напълно обратните изменения на гласа могат да издадат чувството на печал, което се стареа да скрие лъжецът.

Силата на гласа е характеристика, намираща приложение при изразяването на отношение, за поставяне на акценти, за нюансиране, като средство, улесняващо контакта. С нейна помощ може да се обособи цитирана мисъл в изказването и пр. По силата на гласа могат да се разпознаят определени емоционални състояния или опит за симулирането им. Силата не е само

физически елемент, от който зависи колко далеч ще стигне гласа ни. Тя е и важен психологически детайл, който предлага на околните немалко информация по отношение на това, доколко сме уверени и доколко вярваме в това, за което говорим.

Тембърът е онази специфична особеност на всеки глас, която позволява да се разграничават гласове с еднаква сила, височина и продължителност на звученето. Той зависи в голяма степен от особеностите на речевия апарат на отделния човек, от пола, здравословното и психическото му състояние, както и от неговите възраст, възпитание и специално обучение.

Л. Цеплитис определя два вида тембър според функциите, които изпълнява. Първият от тях е „сегментен“, чиято основната роля е да образува звуците. Вторият, „суперсегментен“, се разделя още на интонационен (семантичен) и неинтонационен (асемантичен). Цеплитис анализира пет разновидности на неинтонационния суперсегментен тембър – „мек“, „ясен“, „плътен“, „рязък“ и „глух“. На физическо равнище тембърът се определя от дължината и дебелината на гласните струни. Колкото по дълги и дебели са те, толкова по-малко вибрации извършват. Ниският тембър обикновено се наблюдава при мъжете, а по-високият при жените и децата. Разлики в тембъра могат да се наблюдават в зависимост от географската ширина, която обитават хората.

Голям брой изследвания разглеждат темпа като един от най-важните фактори за качеството на аудирането, а в литературата могат да се срещнат различни определения за него. Темпът се разбира като скоростта, с която протича речта и най-често се измерва с брой на изговорените речеви отрязъци за единица време. С промяната на темпа на речта може да се създаде контраст – изговаряне по-бързо или по-бавно. Промените в темпа обикновено говорят за промени в емоционалното състояние. Смята се, че бавният темп говори за отвращение, тъга, инертност, размисъл, а бързият – за бодрост, активност, сила, гняв, страх, щастие и изненада.

Всички видове ударения имат значение за речевата комуникация, но за ораторското изкуство с голяма стойност е логическото ударение, което във

висока степен се отразява на възприятието, изразявайки смисъла, като отделя една дума на фона на другите думи в рамките на фразата с цел да се подчертае нейната смислова важност. Д. Тилков посочва, че от интонационното подчертаване на дадена дума зависи и смисловата насоченост на цялостното съобщение, неговата логическа завършеност, откъдето идва и названието на това ударение. Най-типичен начин за поставяне на логическо ударение е чрез промяна в силата на гласа, но и чрез промяна на височината, темпа или чрез произнасяне на съответната дума на срички. Ударение може да се постави също чрез движения на ръцете или други части на тялото. Ударенията чрез жест се реализират посредством синхрона на осъществяваното движение и речта.

Прекъсването на потока на речта, т.нар. темпорална пауза, се дели на логическа, психологическа, физиологическа и хезитационна. Непоставената, поставената не на място или несъобразена по продължителност логическа пауза затруднява възприемането, защото внася заблуждение относно реалната връзка между речевите отрязъци, което може да промени смисъла на изказването.

М. Аргайл смята, че високата честотност в употребата на хезитационни паузи може да се дължи на преживявано в момента раздразнение, отегчение, презрение или гняв. П. Екман поддържа тезата, че този вид прекъсвания на речта могат да бъдат индикатори за лъжа или опит за манипулация.

В речта ритъмът се изразява чрез периодическа повторемост на дадени звукови елементи във времето. В различните езици той се постига по различен начин. В Древна Гърция това е ставало чрез противопоставянето на дълги и кратки срички, като периодичното повтаряне на дългите срички създава впечатлението за ритъм. При езиците, в които ударението се поставя чрез сила, височина или продължителност на звученето, ритъмът се постига в периодичността на проява на ударените срички в определен времеви интервал. Ритъмът на текстово равнище може да бъде подкрепен от ритъма на вокално

равнище, а също на проксемично и кинесично равнище, предимно с жестове илюстрации, пози, изражения, придвижване в пространството и др.

Тонът на речта се разбира като характер на звученето, емоционален оттенък на гласа и речта. В неговото образуване вземат участие редица интонационни характеристики. Тонът в най-висока степен изразява модално-емоционалната функция на интонацията. От него се чувства вътрешното, личностното отношение на оратора към това, за което говори, за кого говори и на кого говори.

В литературата има различни класификации на тона на речта. Иржи Томан например разграничава приятелски, нападателен, спокоен, поучителен, саркастичен, театрален, тържествен, гръден, делови, разговорен и лекционен. Така формулираните видове тон се покриват или могат да се покриват. Лекционният тон би могъл да бъде в същото време и гръден, и приятелски, и делови, и т.н.

Следващата шеста точка от дисертационния труд е посветена на следващата основна част от невербалната комуникация – проксемиката. Акцентът е поставен върху изследванията на Едуард Хол, който пръв въвежда понятието и провежда първите проучвания в това поле. Основните проблеми, които засяга, са невербалната концептуализация и културната организация на пространството както и изучаването на начините за възприемане, организиране и използване на комуникативното пространство в процеса на общуване.

Към задачите на проксемиката Е. Хол отнася: изучаването на структурата на естествена или целенасочено създадена комуникативна среда; класифициране на видовете комуникативно пространство; описанието на значенията и функциите на различните характеристики на комуникативната среда, както и вербалните и невербалните средства за тяхното изразяване в процеса на общуване. Освен това се указва, че съвременната проксемика се интересува още от анализа на вербалното и невербалното поведение на хората по време на диалог в различните видове комуникативни пространства, както и

от културните и социалните функции на тези пространства и обектите в тях, имащи непосредствено отношение към човека.

Проксемиката има няколко основни аспекта: териториалност; лично пространство; разстояние; ориентация. Е. Хол разделя пространството на три различни вида: пространство с фиксирани характеристики, полуфиксирано и неформално.

Акцентът в тази част е поставен върху личното пространство, което се определя от М. Аргайл като сфера с определен обем около човека, което останалите не бива да нарушават. Ф. Ледърс смята, че личното пространство има яйцевидна форма около личността, като това пространство е по-голямо отпред, отколкото отзад. В. Руменчев обяснява тази разлика със зрителното възприятие и възможността то да бъде реално охранявано. Това, всъщност, е пространството, в което отделният субект смята себе си за защитен в чисто физически план.

Освен това, внимание се обръща на териториалността, разстоянието и ориентацията. Представят се резултати от проучвания на А. Пийз, М. Кнап, Д. Морис.

Изложението продължава с кратък обзор на някои от другите видове невербална комуникация – външен вид, първо впечатление, физически дадености на личността и допълнителни аксесоари. Обръща се внимание на някои стереотипни вярвания, битувачи в обществото. Пол Секърд обяснява стремежа на хората да свързват външен вид с личностни и дори интелектуални качества с пет типа умозаклучения. Първото от тях е т.нар. „разширение във времето“, което представлява разглеждане на някаква моментна проява на активния комуникативен субект като устойчива характеристика на неговото поведение и личност. В. Руменчев посочва, че в тези случаи се наблюдава нарушаване на закона за достатъчното основание. Вторият тип е пренасянето на аналогия на личностни качества в резултат на външно сходство. За да бъде коректна аналогията е нужно тя да бъде направена на база сходството в съществени признаци, а не на база само част от тях. Това явление се нарича

„паратакис“. Третото умозаклучение е дедуктивно и представлява категоризация на личността посредством отнасянето на някаква нейна характеристика (форма на лицето, ръст, цвят на очите и т.н.) към определена група. Категоризацията може да доведе до грешна оценка, тъй като стъпва само върху отделна черта на индивида, а не върху цялостно изследване на неговата личност. Четвъртото умозаклучение е т.нар. „функционално качество“. То е свързано с онази част на лицето, на базата на която се прави съответното умозаклучение. Тънките и стиснати устни например се възприемат като индикатор за потайност и мълчаливост, големите очи внушават откритост и т.н. Последният тип умозаклучение е „метафоричната генерализация.“ При нея изводът се прави на база повече от една характеристика.

Приведени са също резултати от изследвания на М. Калик, Н. Барбър и С. Колидж, Д. Дабс, Л. Бикман. Внимание се обръща на облеклото, като се разглеждат възможностите за аргументативност и манипулация чрез него. Разглежда се аргументативността на човешкия ръст. Представят се резултати от изследвания на Хайман и Кармънт, А. Пийз, П. Уилсън, Б. Елис, Т. Блесинг. Разгледани са ефектите, които могат да бъдат постигнати чрез очила с тъмни и безцветни стъкла. Представят се примери за комуникативна функция на други аксесоари – карамфилът на английския посланик в Хитлерова Германия Невил Хендерсън и брошките на бившия представител на САЩ в ООН Мадлин Олбрайт.

III глава: Аргументативен ефект на невербалното поведение

Трета глава започва с кратко представяне на феномена „харизма“. Разгледани са някои от основните мнения за неговата същност (М. Вебер, Д.

Абербах, А. Уилнър, Р. Линк, М. Лери, А. Гитър, Х. Блек и Дж. Фишман), но акцентът се поставя върху елементите на невербалната комуникация, които оказват влияние върху нея.

Привежда се изследване, проведено от Р. Авамлех, който изхожда от работата на Ървин Хофман и разглежда харизматичните личности като актьори, представящи се пред публика при различни условия. Авамлех създава модел за реализация на харизмата чрез невербалното поведение, в който се включват някои характеристики на характера на активния субект, средата, в която се провежда комуникативния акт, както и невербални елементи (усмивка, зрителен контакт, пространство, външен вид). Внимание се обръща и на аудиторията.

Авторът на дисертационния труд разглежда модела като непълен, доколкото не само тези елементи на невербалното участват в процеса на изграждане на харизмата.

Представена е гледната точка а Д. Гилфойл, който смята, че харизматичният комуникант трябва да обръща внимание на прическата, грима, лицевите си изражения, начина си на обличане, тембъра на гласа, речевия изказ, начина на ръкостискане, както и на емоциите на аудиторията. Освен това, Гилфойл смята, че комуникантът може да стане по-харизматичен, ако бъде нежен и открит към хората около себе си. Друг важен момент, на който Гилфойл обръща внимание, е добрата дикция на комуниканта. Според него, овладяването на гласа показва способността на оратора да контролира собствения си артикулационен апарат, а петте важни аспекта на гласа, които харизматичната личност трябва да познава, са: височината, ударенията върху определени думи, силата, темпът и резонанса, който се определя от т.нар. „маска“ (характерната част между зъби, небце, скули, чело и череп).

Важната роля, която гласът, интонацията, а и всички други аспекти на невербалното, играят за положителното възприемане на оратора от страна на аудиторията води до появата на т.нар. „радиофоничност“ и „телегеничност“.

Телегеничността, а и радиофоничността (чиято същност наподобява същността на телегеничността, но без визуалните аспекти), разглеждани като съвкупност от качества, природно дадени и придобити, които правят говорещия от екрана по-силно въздействащ, се реализират предимно в сферата на невербалното – посредством глас, изражение, жестикуляция, облекло и т.н. Авторът посочва, че макар в литературата да се наблюдава създаването на нова терминология, най-общо, в теоретичен план, нещата не са се променили особено от времето на „Реторика“ на Аристотел. Преследва се вероятното и приемливото, а не непременно истинното. Виждаме изработване на доказателства свързани с изкуството, които в случая се отнасят към доказателството чрез характер. На тях се отделя огромно внимание, тъй като в съвременния свят те играят съществена роля за изграждането на харизматичния медиен образ.

Отношение към харизмата, а и към аргументативността на посланието има още един компонент на комуникацията, който би могъл да бъде съотнесен към нейната невербална част. Става въпрос за предварителната информация, която аудиторията получава за оратора. Тази информация не е неутрална, тъй като обикновено съдържа данни за определени качества от характера на личността. Твърде често тя формира положително или отрицателно отношение към оратора и работи по линия на факторите доверие и привлекателност. Тук намира приложение похватът „лепене на етикети“, чрез който към дадена личност се прикрепят прозвища като комунист, фашист, простак и т.н. Репутацията на оратора в определен контекст има огромно отношение към обаянието, което може да превърне дори само името му в достатъчно силен мотив за възприемане на издигнатите от него тези. В тези случаи е налице убеждаване без доказателства, само на база безкритично внушение. Хората често имат психологическо, а не логическо мислене, като са склонни да приемат това, което им се иска, абстрахирайки се от логическите доводи. Авторът обръща внимание на факта, че в случая успешното невербално поведение е аргументативното невербално поведение. Очевидно харизмата на

личността се повишава, когато е налице синхрон на словото с невербалното и/или на една част от невербалното с друга негова част. Важно се оказва и доказателството чрез характер, което се реализира посредством модално-емоционалната функция на невербалната комуникация.

Втора точка от изследването представлява анализ на невербалното поведение на участници в предизборни дебати в САЩ през последните няколко години. Разглежда се невербалната комуникация на Хилъри Клинтън, Барак Обама, Мит Ромни и Доналд Тръмп. В края на тази точка се анализира и поведението на двамата основни претенденти за президентското място в България през 2016 година – Румен Радев и Цеца Цачева.

Трета глава продължава с кратки ораторски портрети на Владимир Путин, Фидел Кастро и Адолф Хитлер. Разгледани са някои характерни за тях невербални елементи. Както в предишната точка, така и в тази, обект на анализ са видеозаписи и снимков материал от публични изяви на разглежданите личности.

Тази част от дисертационния труд, както и предишните две части, завършва с кратко обобщение на основните моменти, представени в нея.

В заключението са представени основните изводи, направени на база получените от емпиричния анализ данни. Като най-важни се открояват значението, което има съобразяването на оратора с аудиторията и конкретната комуникативна ситуация, а също така изводът че реториката е едновременно фундаментална и приложна интердисциплинарна научна област, което ѝ позволява да се възползва от постиженията на други науки.

В заключението се изтъква още, че поставените в началото на изследването задачи са изпълнени, а тезата, че невербалното поведение може да изпълнява аргументативна функция и чрез него да се осъществява убеждаващо въздействие, се потвърждава.

Дисертационният труд завършва със списък на приносните моменти, списък с публикации по темата на дисертацията и библиография.

Приносни моменти

1. Обоснован е теоретичен модел, който дава възможност комуникационни модели от лингвистиката и психологията да бъдат приложени в процеса на осъществяване на реторическото общуване.
2. Анализира се невербалното поведение на основните претенденти за президентския пост в България и в САЩ – Румен Радев, Цеца Цачева, Доналд Тръмп и Хилъри Клинтън – по време на предизборните дебати през 2016 година.
3. Феноменът на харизмата се разглежда като съвкупност от елементи на невербалната комуникация, а аргументативна стойност на тези елементи се осмисля като основа за неговото изграждане.

Списък с публикации по темата на дисертацията

1. Карагеоргиев, И. (2015). *Същност, видове и особености на човешката комуникация*. ВЪВ: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 15, януари 2015, <<http://rhetoric.bg/>>, последно посещение на 16.12.2016
2. Карагеоргиев, И. (2015). *Невербалното поведение на Владимир Путин по време на среща с ръководството на „Базел-Цимент“ в град Пикальово*. ВЪВ: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 20, ноември 2015, <<http://rhetoric.bg/>>, последно посещение на 16.12.2016
3. Карагеоргиев, И. (2016). *Същност и класификации на реторическото общуване*. ВЪВ: Теоретичен сборник в чест на създателя на катедра „Реторика“ професор Васил Иванов. Шумен: УИ „Епископ Константин Преславски“, с. 192 – 206.
4. Karageorgiev, I. (2016). *The Significance of Nonverbal Communication in the Field of Cross-Cultural Management*. In International Scientific Conference Leadership and Organization Development, pp. 843 – 849, https://press-su.com/public_ftp/incoming/62/992/BookPapers_LOD_2016.pdf, last visited: 16.12.2016