

# СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ

КАТЕДРА „РЕТОРИКА“



АВТОРЕФЕРАТ

на

ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

на тема:

**„Реторични особености на съвременната академична комуникация“**

**Представен за присъждане на образователната и научната степен „доктор“**

**по професионално направление**

**2.3. Философия (Академична реторика и комуникация)**

**Докторант:**

Анита Петрова Николова

**Научен ръководител:**

проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева

София,  
юли 2019 г.

Материалите са на разположение в кабинет №133, бл. 4.

Бул. „Цариградско шосе“ №125, катедра „Реторика“, Философски факултет, Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Дисертационният труд е обсъден на разширен катедрен съвет на 27 юни 2019 г. в катедра „Реторика“, като е взето решение за откриване на процедура за публична защита на дисертационния труд.

Публичната защита ще се състои на 23 октомври 2019 г.

Автор: Анита Петрова Николова

Заглавие:

„Реторични особености на съвременната академична комуникация“

Научен ръководител: проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева-Георгиева,

Научно жури:

Председател на научното жури: Доц. д-р Силвия Илиева Цветанска

Рецензенти:

1. Проф. д-р Янка Русева Тоцева
2. Доц. д-р Силвия Илиева Цветанска

Становища:

1. Проф. д.ф.н. Иванка Тодорова Мавродиева-Георгиева
2. Проф. д-р Веселина Илиева Раева
3. Доц. д-р Стефан Димитров Серезлиев

## **Съдържание на автореферата на дисертационния труд**

Характеристика на дисертационния труд.....	4
Актуалност на изследваната проблематика .....	5
Обект и предмет на изследване.....	6
Мотивация за избор на тема и разработване на дисертацията .....	6
Цел и задачи на дисертационния труд.....	7
Хипотези .....	8
Методи на изследване .....	8
<b>II. Структура и съдържание на дисертационния труд .....</b>	<b>9</b>
Първа глава: Науката реторика: поява, развитие, основни понятия и съвременни проявления.....	9
Втора глава: Академична комуникация – същност, класификации и жанрове .....	14
Трета глава: Реторичен и комуникативен анализ на видео лекциите в платформите за обучение Coursera и Massive Open Online Courses .....	20
Четвърта глава: Емпирично изследване на съвременната академична комуникация .....	23
<b>III. Основни резултати от изследването .....</b>	<b>31</b>
<b>Приносни моменти в дисертационния труд, изведени от докторанта .....</b>	<b>33</b>
<b>Списък с публикации на докторанта.....</b>	<b>34</b>

## **Характеристика на дисертационния труд**

Дисертационният труд на тема „Реторични особености на съвременната академична комуникация“ се състои от увод, четири глави, заключение, библиография и приложение. Обемът е 205 страници основен текст. Дисертацията е разделена на две теоретични и две изследователски глави. Тази структура е избрана с оглед необходимостта от поетапно представяне на теорията и с оглед двата конструкта във формулировката на дисертационния труд: реторика и в частност реторични особености и академична комуникация, като по този начин знанията се структурират по-прегледно и поетапно се навлиза в проблематиката. В трета и четвърта глава се представят резултатите от изследването. Отново с оглед постигане на отчетливост и с цел поетапно реализиране на проучванията в отделни глави са представени резултати на базата на отделни методи на изследване. В трета глава са проучени 200 видео лекции и курсове от платформите Coursera и MOOCs, които лекции тематично са съотнесени към писане и комуникация и са сравними като обекти на изследване. Използвани са реторичен и комуникативен анализ, насочени към проучване структурата на видео лекциите, визуалните и вербалните аргументи, неезиковите средства в поведението на лекторите. Резултатите от емпиричното изследване на особеностите на съвременната академична комуникация и използването на електронните ресурси в процеса на университетското образование са изведени в четвърта глава. В последната глава се представя дизайнът на емпиричното изследване чрез метода на анкетното допитване и резултатите от честотния дескриптивен анализ и анализа на кростабулациите.

Библиографията обхваща 149 източника, от които 61 са на латиница.

Приложението е в обем от 142 страници. В него са включени 6 приложения – Приложение 1: Описание на видео лекции от Coursera и MOOCs; Приложение 2: Таблици за реторичен анализ на видео лекции от Coursera и MOOCs; Приложение 3: Изображения от видео лекциите от Coursera и MOOCs; Приложение 4: Анкетна карта; Приложение 5: Списък на съкращенията; Приложение 6: Кростаблици.

Представен е списък с публикации на докторанта по темата на дисертацията – шест статии по темата на дисертацията, една статия под печат и рецензия на книга.

### **Актуалност на изследваната проблематика**

В дисертацията се изследват реторичните особености на съвременната академична комуникация, чиито проявления от гледна точка на реториката са недостатъчно изследвани. Темата е актуална по следните причини: интернет променя комуникацията между хората, като част от причините са улесненият достъп, динамичното развитие на новите технологии, навлизането на платформите и приложенията. Постоянно се увеличават материалите с образователна цел, които са публикувани онлайн, а електронни ресурси се представят както в сайтовете на университетите, така и в онлайн платформите. Пример в това отношение са платформите Coursera, MOOCs и други, които подпомагат обучението на хора от всички възрасти и от различни държави. Те се използват от тези, които искат да повишат квалификацията си и да придобият допълнителни знания, а разработените образователни ресурси подпомагат процеса на самообучение. Желанието за постоянно развиване в различни научни области позволява да се говори за променена нагласа към ученето. Това налага непрекъснато актуализиране на ресурсите на равнища жанрове, технологии, реторика, организация и т.н.

По проблемите на академичната комуникация у нас има отделни изследвания. Тя е проучвана от български учени, сред които са Иванка Мавродиева и Йовка Тишева. В книгата „Академичната комуникация“ (2010) те разглеждат жанровете на писмената академична комуникация и диалогичните формати. Съвременните комуникационни практики са изследвани от Иванка Мавродиева в статията „Академичната комуникация в интернет: уебавтор, уебредактор, уебчитател“ (2011). В книгата „Ключ към успеха: Езикът на академичната комуникация“ (2013) Галина Шамонова и Боряна Костова проучват вербалните елементи на академичната комуникация. Новите проявления на академичната комуникация във виртуална среда са изследвани в статията „Features of the academic and pedagogical communication in virtual environment“ (2017) на Иванка Мавродиева, Тодор Симеонов и Анита Николова. Публикациите по темата имат частен характер и резултатите, представени в тях, доказват необходимостта от нови проучвания по темата. В последните

години се засилва научният интерес към изследване на платформите Coursera и MOOCs. В българската научна традиция има няколко статии, сред които са тези на Мелани Йорданова (2017), Иван Мерджанов (2018) и Илияна Георгиева (2018). До този момент няма задълбочени изследвания на двете платформи. Това е причината в дисертационния труд да се проучват видео лекциите и курсовете от Coursera и MOOCs. Една от посоките за изследване са видео лекциите и курсовете, а другата – нагласите на студентите по отношение на електронните ресурси и използването им в подготовката и самоподготовката на студентите.

### **Обект и предмет на изследване**

**Обект** на изследване са съвременни проявления на академичната комуникация, като в по-широк план това са използването на електронни ресурси в обучителния процес в университетите, в процесите на преподаването и оценяването, а в частност обект са видео лекциите и курсовете от платформите за обучение Coursera и MOOCs.

**Предмет** на дисертационния труд са нагласите на студентите при използване на ресурси в процеса на университетското им образование, по отношение на обучението им и промените в академичната комуникация.

### **Мотивация за избор на тема и разработване на дисертацията**

Академичната комуникация в университетското образование не е достатъчно изучавана през призмата на реториката. Необходими са изследвания в тази посока с оглед промените в системата на обучение, в която все по-често се говори за виртуална класна стая, използване на платформи и приложения в помощ на обучението и интегриране на информационните и компютърните технологии в образованието. В Стратегията за развитието на висшето образование в Р България за периода 2014 – 2020 г. като приоритет е заложено да се търсят начини за модернизиране на обучението във висшето образование. Нагласите за учене на студентите от поколенията Y и Z предполагат не само актуализиране на учебните програми, но и на начините на преподаване и оценяване. Преподавателите се стремят да актуализират методите на преподаване с цел онагледяване на учебния материал, като има стремеж към създаване и интегриране на онлайн платформите в обучението. Налице са различни възможности за модернизиране на

обучението и повишаване на неговото качество, като липсата на връзка между теорията и приложението на теоретичните знания за решаването на практически задачи също е недостатък на висшето образование. Това са част от мотивите ми да изследвам академичната комуникация и използването на електронни ресурси от студентите.

### **Цел и задачи на дисертационния труд**

Целта на дисертационния труд е да се проучат нагласите на студентите за използване на електронни ресурси във връзка с тяхната подготовка и самоподготовка и да се изведат реторичните особености на видео лекциите от платформите Coursera и MOOCs.

### **Задачи**

В дисертационния труд са поставени следните задачи, обособени в две групи – задачи на теоретично и изследователско равнище:

#### **Задачи на теоретично равнище**

1. Да се изгради теоретична рамка чрез обзор на научната литература в областта на реториката, академичната реторика и комуникацията.
2. Да се представят нови жанрове на академичната комуникация и да се изведат работни дефиниции за жанрове и формати на академичната комуникация.

#### **Задачи на изследователско равнище**

1. Да се разработи методика за изследване на видео лекции и курсове от видео лекции от двете платформи MOOCs и Coursera, да се реализира изследване и да се установят реторичните особености на видео лекциите.
2. Да се проведе емпирично изследване сред студенти бакалаври и магистри от български университети за нагласите им, свързани с академичната комуникация, използването на електронни ресурси в хода на обучението през семестъра и по време на сесията.

## **Хипотези**

1. Създадените онлайн курсове предоставят необходимия обем от информация и могат да се използват за обучение и самообучение и за повишаване на квалификацията на студентите.
2. Видео лекциите са жанр на академичната комуникация, в който намират проявления основните реторични канони, а аргументацията се изгражда чрез съчетаване на вербални средства и визуални елементи, които играят илюстративна и доказателствена функция.
3. Студентите имат нагласа и готовност да използват електронни ресурси в процеса на обучението си по време на семестъра и на подготовката си по време на сесията, като притежават в различна степен дигитална грамотност.

## **Методи на изследване**

В началото на трета и четвърта глава се представят методите на изследване. В трета глава са използвани реторичният и комуникативният анализ. За реторичния анализ са обхванати равнищата структура, аргументация, словесно украсяване и произнасяне. Анализът е направен върху селектираните 200 видео лекции от Coursera и Massive Open Online Courses. Разработена е **методика** за изследване на видео лекциите и курсовете от двете платформи Coursera и Massive Open Online Courses, която обхваща 25 критерия, разпределени в пет групи, като е създаден концептуален модел. Анализират се съдържанието на видео лекциите, организацията на курсовете, оценяването като процес, оформлението на сайта и видео лекциите, възможността за обратна връзка. Селектираните критерии целят да се навлезе в дълбочината на избрания обект на изследване и да се изведат основни негови специфики.

В четвърта глава е използван количествен метод, а именно методът на анкетното допитване, като целта е да се проучат нагласите на студентите спрямо използването на електронни ресурси за подготовка и самоподготовка по време на семестъра и на сесията и използването на традиционни и съвременни формати и жанрове на академичната комуникация в процеса на университетското образование по време на семестъра и на



изпитната сесия. Разработен е концептуален модел на емпиричното изследване, който е описан детайлно в четвърта глава.

### **Ограничения в изследването**

Темата на дисертацията е широкообхватна, което налага въвеждане на някои ограничения. За постигане целта на дисертационния труд се изследват само платформите Coursera и MOOCs, които са създадени през последното десетилетие и са съпоставими от изследователска гледна точка. Избраните курсове са тематично свързани със създаването на различни писмени текстове, като видео лекциите са проучени и анализирани в периода август 2017 г. – ноември 2018 г.

Анкетиран са 390 студенти, обучаващи се в ОКС „бакалавър“ и „магистър“ от пет държавни и два частни университета. Анкетното допитване е проведено през зимния и летния семестър на академичната 2018/2019 г., за да се обхване по-голям брой студенти, като изследването няма представителен характер.

## **II. Структура и съдържание на дисертационния труд**

### **Първа глава: Науката реторика: поява, развитие, основни понятия и съвременни проявления**

Първа глава на дисертационния труд има теоретико-обзорен характер. В нея са изведени основни реторични понятия, сред които са: „реторика“, „ораторско изкуство“, „публично говорене“, „оратор“, „ретор“, „логограф“, „лектор“, „реч“, „аудитория“, „виртуална реторика“, „виртуален оратор“, „виртуална аудитория“, „визуална реторика“. Направен е кратък преглед на развитието на реториката от Античността до 21. век и критичен прочит на научните трудове на Аристотел, Цицерон, Квинтилиан, Ролан Барт, Йордан Ведър, Величко Руменчев, Донка Александрова, Иванка Мавродиева, Мариета Ботева, Герасим Петрински, Нели Стефанова и други. В първа глава са представени петте реторични канона и основни дефиниции за виртуалната и визуалната реторика.

## **Развитие на реториката от Античността до 21. век**

В първа глава е представена науката реторика, нейното възникване и развитие. Появата на реториката през 5. век пр. Хр. е в резултат на реалната нужда от ораторски умения в личния и обществен живот. В тази част е разгледано развитието на реториката от Античността до 21. век без претенции за изчерпателност по темата. В Древна Гърция и Древен Рим проявенията на реториката са преди всичко на агората. По време на Средновековието се създава омилетиката (богословското красноречие). През вековете реториката успява да се приспособи към промените във времето и става част от учебните програми в университетите. В тази част на първа глава са засегнати промените в реториката, които настъпват по време на нейното съществуване и новите ѝ проявления в интернет. През вековете реториката разширява сферата си на приложение, запазва своя инструментариум и основната си цел да убеждава.

## **Академична реторика**

Налице е тематично разнообразие по отношение на назоваването на реториката в университетите и това показва прегледът на публикациите. Различията са в резултат от специфичните научни школи и от стремежа да се назове практиката. Грант Апресян използва термина „академическо красноречие“, като с този термин назовава университетските лекции, еднократната лекция, научния доклад и научното съобщение (1978). Кирил Василев (1989) говори за научно красноречие, Иванка Мавродиева (2010) въвежда термина „академична реторика“, който е използван в дисертационния труд заради неговата обхватност. В статията си „Съвременни проявления на реториката или от Агората до Уеб 2.0“ (2010) Иванка Мавродиева изследва академичната реторика и защитава позицията, че лекцията, докладът, семинарните занятия и презентирането по време на научни конференции са част от академичната реторика. В последните години активно се използват аудио записи и видео клипове за обучение на студенти и курсисти, което позволява обучение в удобно за учащия време и съобразено с неговото темпо на учене.

Част от академичната реторика е тържествената академична реторика. Тази реторика е част от тържествената церемониална система в университетите при присъждане на научни степени, почетни звания, тържества, юбилеи и други. Деловата академична реторика е част от практиките в университетите при вземане на решения на различни нива.

## **Реторични канони**

Петте реторични канона *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* и *pronunciatio/actio* съществуват още от Античността. Първият етап е *inventio* или търсене и селектиране на материал по зададената тема. Реторичният канон *inventio* обхваща търсенето на факти, данни и доказателства, които да послужат при работа по поставената тема. *Dispositio* е вторият реторичен канон, който обхваща разположението на материала, създаването на цялостна структура, композиция и изграждането на аргументация. Словесното украсяване (*elocutio*) е третият реторичен канон. При този етап се прави подбор на реторични фигури и тропи, които ораторите да използват в своите изяви с цел украсяване на речта. Канонът *elocutio* има принос в развитието на науките стилистика и теория на литературата, като неговите проявления са на вербално и визуално равнище. Цветан Тодоров (2000) проследява настъпващите промени в реториката, от която най-напред изчезват каноните *pronunciatio* и *memoria*, след това *inventio* и *dispositio* и реториката се редуцира до стила *elocutio*, като през 18. и 19. век в реториката се изброяват предимно фигури. Четвъртият канон е запомнянето (*memoria*). Този канон обхваща различните техники, които са от помощ на оратора за неговото представяне пред публика. Налице са техники за запаметяване, които имат хилядолетна история. Репетирането преди представяне пред публика е от значение за успеха на ораторската изява. Съвременният оратор може да подпомогне работата си, като подбере таблици и диаграми, с чиято помощ да улесни усвояването на съдържанието. Последният реторичен канон е произнасянето (*pronunciatio/actio*). Този канон обхваща произнасянето на речта или представянето на презентации по време на различни научни събития. За успешното произнасяне на конкретна реч е от значение езикът на тялото и умереното служене с жестове, мимики и паузи.

## **Реторични класификации**

В тази част най-напред се представят античните реторични класификации, на чиято основа стъпват и съвременните класификации. Една от най-старите класификации на ораторските изяви е дело на **Анаксимен** (5. век пр. Хр.), който дели речите на две големи групи по критерия място на тяхното произнасяне – речи на събрание и речи в съда. По вид речите, които се произнасят в съда, са обвиняващи, защитаващи и издирващи, докато

речите на събрание са насърчаващи, възпиращи, хвалещи и порицаващи (цит. по Я. Тоцева, 2006, с. 105). Според **Аристотел** по род речта може да бъде съвещателна, съдебна и епидейктична. По цел съвещателната реч е информираща или убеждаваща, съдебната е обвиняваща или защитаваща, а епидейктичната (тържествената) е хвалебствена или порицаваща<sup>1</sup>. **Платон** предлага друга класификация по критерия място на произнасяне и дели речите на два рода – речи в съда и речи на събрание. Речите на събрание обхващат политическите речи, а речите в съда са съдебни. Към речите в съда и на събрание той добавя и беседата (цит. по: Я. Тоцева, 2006, с. 106). По критерия стил на оратора **Марк Фабий Квинтилиан** разделя речите на прости, възвишени и смесени речи. Простите речи целят да уведомят; възвишените речи възбуждат чувствата; смесените речи – целят да доставят удоволствие или да спечелят одобрение<sup>2</sup>. В българската научна традиция Величко Руменчев предлага класификация, която се основава на критериите канал и активни субекти<sup>3</sup>.

Според информационния канал комуникацията може да е директна или индиректна. При директната комуникация участниците са на едно и също място и има възможност да се проследят реакциите на аудиторията и да се зададат допълнителни въпроси. При индиректната комуникация общуването е опосредствано от технически средства, което затруднява възможността за обратна връзка. Според броя на активните субекти се говори за монологични и диалогични жанрове. При монологичните жанрове активният субект е един, докато при диалогичните – двама и повече.

### **Виртуална реторика**

Терминът „виртуална реторика“ е въведен в българската научна традиция от Иванка Мавродиева (2010). Според нея това е „ораторство, което се реализира във виртуална среда, в условия на синхронна и асинхронна компютърно опосредствана комуникация, при използване възможностите на интернет, когато оратор представя онлайн или на запис монологични видове (реч, лекция, доклад и др.), презентации или участия в диалогични формати и когато има възможност или готовност да реализира интерактивно

---

<sup>1</sup> **Аристотел**. *Реторика*. София: Наука и изкуство, 1986, с. 51.

<sup>2</sup> **Квинтилиан**, Марк Фабий. *Обучението на оратора*. София: Софи-Р, 1999, с. 823.

<sup>3</sup> **Руменчев**, Величко. *Реторически класификации*. София: Софи-Р, 1994.

общуване при използване на вербални, невербални, визуални средства.“ В последните години изследователите разграничават „онлайн реторика“, „дигитална реторика“, „уеб реторика“, което показва, че реториката успява да се адаптира към промените във времето. Във виртуална среда се използват визуални елементи, които спомагат за усвояване на учебното съдържание, както е при видео лекциите. Освен това визуалните елементи спомагат за убеждаването на аудиторията.

За триадата оратор – реч – аудитория, наследена от Античността, се говори и във виртуална среда. Иванка Мавродиева (2010) въвежда понятието „виртуален оратор“. За виртуален оратор може да се говори в два случая – в първия това е човек, който публикува различни видове записи, произнесени пред публика, а във втория виртуалният оратор е човекът, който произнася речи и представя презентации<sup>4</sup>. Виртуалната аудитория е анонимна, асинхронна, хетерогенна, с непостоянен състав и свои потребности. Ако изгуби интерес, бързо се пренасочва към друго средство за информация. Виртуалната аудитория може да коментира поднесеното съдържание и да създава собствено съдържание, което показва, че с нея настъпва промяна във виртуална среда. Това е причината в последното десетилетие да се появят изследвания, посветени на уеб писането и уеб четенето.

### **Визуална реторика**

Терминът „визуална реторика“ е въведен от Лестър Фейгли (1999). Визуалната реторика е сравнително ново направление, към което е налице интерес от страна на изследователите. Неин обект на изучаване са различните визуални изображения и смисълът, който те предават. Направен е критичен прочит на научните трудове на Ролан Барт, Соня Фос, Тимоти Крусиус, Каролин Чанъл, Дейвид Блакесли, Колин Броук, Кенет Бърк, Дъглас Енигер и други. В научните статии по проблема преобладава разбирането, че визуалната реторика се свежда до изучаването на образите. Използването на визуални изображения като снимки, постери, видео лекции и видео клипове, които целят да убедят аудиторията, дава основание да се говори за визуална аргументация. Дейвид Блакесли и Колин Броук (2001) смятат, че визуалните аргументи могат да бъдат толкова значими, колкото и вербалните. В изследванията си, посветени на визуалната реторика, учените

---

<sup>4</sup> **Мавродиева**, Иванка. *Виртуална реторика. От дневниците до социалните мрежи*. София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2010, с. 81 – 82.

разглеждат най-вече реторичния канон *dispositio*, който е свързан с композицията и със структурата.

От направените изводи може да се обобщи, че реториката успешно се адаптира към промените в заобикалящия свят, разширява сферата си на приложение във виртуална среда и запазва своята основна функция да убеждава. С цел убеждаване и информиране на аудиторията освен вербални и невербални средства се използват и визуални средства, които повишават концентрацията ѝ. Именно визуалните средства подпомагат разбирането и усвояването на новото съдържание и поддържат интереса на аудиторията.

След направения теоретичен обзор на реториката отчасти е актуализирано научното знание в областта на академичната реторика, като са представени тържествената академична реторика и деловата академична реторика заедно с техните особености.

## **Втора глава: Академична комуникация – същност, класификации и жанрове**

Фокусът във втора глава е върху комуникацията, академичната комуникация и виртуалната академична комуникация. Изведени са понятията „комуникация“, „академична комуникация“, „виртуална академична комуникация“, „видео лекция“. Направена е кратка характеристика на съвременните студенти и университетски преподаватели и се анализира разписаното в Стратегията за развитие на висшето образование. Мотивирана е необходимостта от нов модел на преподаване и възможността да се използват видео лекциите в подготовката и самоподготовката на студентите.

### **Комуникацията като процес**

Комуникацията е двустранен процес, при който участниците обменят знания и информация синхронно или асинхронно. Целта на общуването е получаване на конкретна информация, която участниците да използват за собствени цели и нужди. Учените Дел Хаймз (1968) и Уилбър Шрам (1972) се занимават с изследване на проблема. В общуването между хората се наблюдават известни промени с оглед използването на различни приложения и социални мрежи. Влияние върху комуникацията оказват и Уеб 1.0, Уеб 2.0, Уеб 3.0. Уеб 1.0 осигурява достъп до информация, възможност за споделяне на мнения във

форуми и в блогове; подготвяне на материали за публикуване в блогове; използване на електронни ресурси в обучението. При уеб 2.0 са важни условията за сътрудничество и обменът на информация<sup>5</sup>. Потребителят може да общува с други потребители, да редактира създадените и споделените файлове за учебни цели, да публикува информация, което дава възможност на студентите да са активни в учебния процес и подпомага развиването на техните дигитални умения и компетентности.

Бъдещето на интернет технологиите е уеб 3.0, наречен семантичен уеб. Той представлява мрежа от данни или световна база от данни, като целта е информацията да бъде разбираема от компютрите<sup>6</sup>.

Характеристика на комуникацията може да се направи по критериите: разстояние между участниците в общуването, дискурс, участници, среда на общуване, използване на технически средства за осъществяване на общуването и други. Приведени са няколко класификации, свързани с комуникацията, представени са участниците в комуникативната ситуация и възможностите за нейното реализиране, като фокусът е върху академичната комуникация и виртуалната академична комуникация.

### **Академична комуникация**

Терминът „академична комуникация“ е въведен от Йовка Тишева и Иванка Мавродиева (2010). Академичната комуникация е особен вид комуникация, която се реализира основно в университетите, Българската академия на науките, научните институти и центрове. Проявления на академичната комуникация са налице по време на работа по научни проекти, в процеса на преподаване и учене, при провеждане на научни форуми и участие в конференции. Академичната комуникация може да се характеризира по следните критерии: участници, среда на общуване, средства за предаване на информацията, предварителна подготовка, вид дискурс. Иванка Мавродиева (2011) изследва академичната комуникация в онлайн среда, като проучва ролята на уебавтора, уебчитателя и уебредактора. Интернет променя традиционната представа за учене на

---

<sup>5</sup> **Сиракова-Дикова**, Елица. Еволюция на комуникационните практики в дистанционното обучение въз основа на технологичните иновации. В: *Седма национална конференция. Електронното обучение във висшите училища*, София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2018, с. 167.

<sup>6</sup> **Berners-Lee**, Tim. *Business Model for the Semantic Web*. In: W3C Semantic Web Activity background [online]. [Viewed 29.06.2019]. Available from: <https://www.w3.org/DesignIssues/Business>

определено място и в определено време и дава възможност за учене през целия живот и допълнително квалифициране.

### **Жанрове и класификации на академичната комуникация**

Кен Хайланд (2002) предлага да бъде създадена рамка, с чиято помощ да се говори за жанровете. Разделянето на групи и категории е вид класификация и дава възможност по-лесно да се говори за жанровете, след като са обединени по зададени критерии. Изследователката Ан Хегинс (2002) разделя жанровете на две групи – учебни жанрове и професионални жанрове. Към учебните жанрове спадат есетата, докладите, тезите, а докладите за участия в научни конференции, научните статии, монографиите, предложенията за финансиране се отнасят към професионалните жанрове.

В книгата „Академичната комуникация“ (2010) Иванка Мавродиева и Йовка Тишева разделят жанровете на две групи – жанрове на писмената академична комуникация, към които спадат рефератът, докладът, научната статия, курсовата работа, академичното есе, дипломната работа и рецензията на книга/дипломна работа и диалогични формати в академичната комуникация, включващи научна конференция, семинар, кръгла маса, научен конгрес и симпозиум.

Иванка Мавродиева и Йовка Тишева (2016) предлагат и още една класификация, която е ориентирана към потребностите на студентите. Те разделят жанровете на две групи – жанрове, свързани с обучението и оценяването на студенти и жанрове и формати при участие на студенти в научни форуми. Към жанровете, свързани с обучението и оценяването на студентите, принадлежат рефератът, докладът, академичното есе, курсовата работа, дипломната работа, академичната презентация и мотивационното писмо. Към групата на жанровете за участие в научни форуми спадат научното съобщение, научният доклад, научната статия, постерът, научната конференция и кръглата маса.

В дисертационния труд е използвана класификацията – жанрове на писмената академична комуникация и диалогични формати в академичната комуникация, тъй като тази класификация е релевантна към обекта на изследване.

### **Нови жанрове на академичната комуникация**



Нови жанрове на академичната комуникация са самопрезентирането (self presentation), хипертекстовото академично есе, видео лекцията, тюториалът и други.

За първи път самопрезентирането е анализирано от психолога Ървин Гофман (1956). То представлява кратко представяне на конкретна кауза, бизнес план или идея и е силен инструмент, който успешно се използва в академичните среди. Самопрезентирането цели да спечели вниманието на аудиторията и тя да бъде запозната с основните идеи. То има важна роля по време на конференции, научни форуми и симпозиуми, тъй като запознава останалите участници с интересите и изследователската работа на учените.

Хипертекстовото академично есе е нов жанр в академичната комуникация<sup>7</sup>. Основната характеристика на този вид текст е цифровизирането на печатния текст посредством разнообразието от възможности, които дигитализацията предлага. Вмъкването на източници на информация и обяснение на термините е характерно за хипертекстовото академично есе, което е познато като жанр основно сред американските автори.

За видео лекцията може да се предложи следната работна дефиниция – *това е особен вид лекция, която се реализира чрез средствата на ИКТ, като в нея е налице учебно съдържание в различни формати – текст, аудио, видео или съчетание от всички тях*. Тя представлява нов формат за обучение във виртуална среда и в нея се откриват проявления на реторичните канони от древността. Видео лекциите се явяват ново средство в учебния процес, като тяхната цел не е да заменят традиционното обучение, а да го допълнят и да дадат възможност на повече хора да получат достъп до образование на световно ниво. Те наподобяват традиционните лекции, но съдържат мултимедийни материали с цел лесно усвояване на учебното съдържание.

Тюториалът (tutorial) е сравнително ново средство, което се използва за усвояване на практически умения. Под тюториал може да се разбира книга, филм или конкретна компютърна програма, която дава практическа информация за специфичен предмет<sup>8</sup>. При тюториалите акцентът е върху усвояването на конкретни умения, необходими за решаването на практически задачи.

---

<sup>7</sup> Ross, Jeffrey. Academic Writing in the 21<sup>st</sup> Century: Emergence of the Hypertext Essay. In: „Microcomputers in Education“ [online], 15 March, 2004, Tempe, Arizona.

<sup>8</sup> Tutorial. In: Merriam-Webster [online]. [Viewed on 17.07.2019] Available from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tutorial>

## **Виртуална академична комуникация**

Терминът „виртуална академична комуникация“ (2011) е въведен в българската научна традиция от Иванка Мавродиева. С оглед на все по-честата употреба на интернет в образованието, Moodle, Blackboard и онлайн платформите, намерили приложение в обучението, вече понятието „виртуална академична комуникация“ се е утвърдило в научните среди. Виртуалната академична комуникация е изследвана от Силва Димитрова (2014), Годор Симеонов (2015), Мелани Йорданова (2017), Анита Николова (2018).

Виртуалната академична комуникация може да се разгледа в три посоки: комуникация между преподавател и студенти; преподаване на учебно съдържание с помощта на видео лекции, обучителни записи (тюториали), работа с подготвени учебни материали за студентите в дистанционна форма на обучение; оценяване на студентски разработки (рецензиране на курсови работи, дипломни работи и магистърски тези) и работа по проекти, която включва и провеждането на семинари, писане на доклади, отчети и други, конференции, създаване на онлайн съдържание с учебна цел. За проявления на виртуалната академична комуникация се говори в платформите за обучение Coursera и Massive Open Online Courses и [www.academia.edu](http://www.academia.edu), [www.researchgate.com](http://www.researchgate.com), [www.ted.com](http://www.ted.com).

Иванка Мавродиева (2011) разграничава два вида комуникация - персонализирана и неперсонализирана виртуална комуникация. Изпращането на учебни материали от преподавателя до студентите на техните групови имейли е неперсонализирана виртуална комуникация, докато изпращането на задачи от студентите към техния преподавател е персонализирана виртуална комуникация. В последните години комуникацията между преподавателите и студентите все по-често е през имейл, като студентите получават консултации за разработването на курсови и дипломни работи от своите научни ръководители.

Виртуалната академична комуникация позволява провеждането на уебинари с учебна цел. Уебинарът е семинар, който се провежда в онлайн среда и се реализира посредством комуникационен канал. При него има възможност за директна връзка с презентиращите и задаване на въпроси в реално време чрез чат форма, което дава възможност за обратна връзка и за двете страни.

Виртуалната класна стая е нова форма на обучение, при която обучението се осъществява във виртуална среда. Виртуалната класна стая е онлайн платформа за

социално учене, която дава възможност за синхронно и асинхронно обучение<sup>9</sup>. Виртуалната класна стая съществува в две разновидности – като място, което съхранява голям обем от информация или като цялостна система за преподаване. Пример за виртуална класна стая е Едмодо, който е социален софтуер за обучение, представляващ защитена учебна среда<sup>10</sup>.

### **Характеристика на съвременните студенти и преподаватели**

Новите поколения студенти, които се обучават в университетите, стават причина за промяна в преподаването и ученето. Съвременните студенти са представители на Y и Z поколенията. Те търсят и намират нужната им информация не само от книгите и учебниците, а преди всичко от интернет, използвайки компютър или други мобилни устройства. Това е конкретната причина университетите у нас да се стремят към иновации в сферата на образованието, които се насърчават и в разписаната стратегия. В Стратегията за развитието на висшето образование в Р България за периода 2014 – 2020 г. като приоритет е заложено да се търсят начини за модернизиране на обучението във висшето образование. Това е предпоставка за промяна в процеса на преподаване и учене с цел удовлетворяване на техните потребности. Според Стратегията използването на информационните и компютърните технологии ще направи преподаването достъпно и ще мотивира учащите. Независимо от това към момента промените не са значими и остава доминиращ лекционният модел, съчетан с водене на записки. Би могло да се допусне, че в някои от най-старите специалности като право, философия и други лекционният модел ще остане доминиращ заради спецификата на изучаваните специалности, докато в по-динамично развиващите се специалности като „Визуални изкуства“ (НБУ), „Графичен дизайн и визуални комуникации“ (ВТУ „Св. св. Климент Охридски“), „Интериорен дизайн“ (НБУ), „Анимационно кино“ (НБУ) и други ще се търсят по-съвременни средства за обучение. Трябва да се има предвид, че новите поколения студенти, в която и да е специалност, ще изискват нови методи на преподаване, които да отговарят на техните

---

<sup>9</sup> Симеонов, Тодор. Виртуална класна стая – В: *Справочник по реторика*. [онлайн] 22 май 2016 [Прегледан на 6.05.2019]. Достъпно от: [<http://www.online.rhetoric.bg/>]

<sup>10</sup> Симеонов, Тодор. *Виртуална педагогическа реторика и обучение в онлайн среда*. Автореферат 2017 [онлайн]. [Прегледан на 15.07.2019]. Достъпно от: <http://uni-sofia.bg>

нагласи за учене. В резултат на наблюденията във втора глава може да се твърди, че са налице аргументи, които доказват необходимостта от промяна в модела на преподаване и учене в университетите спрямо студентите от поколенията Y и Z и техните потребности.

### **Трета глава: Реторичен и комуникативен анализ на видео лекциите в платформите за обучение Coursera и Massive Open Online Courses**

Трета глава в дисертационния труд е изследователска глава. В нея е направен реторичен анализ на видео лекции и комуникативен анализ на курсове от платформите Coursera и Massive Open Online Courses (MOOCs). Реторичният анализ е на няколко равнища: структура, аргументация, словесно украсяване и произнасяне. Комуникативният анализ обхваща съдържанието на видео лекциите, организацията, оценяването, визуалното оформление и възможността за обратна връзка. Двата анализа са необходими, за да се осъществи задълбочено изследване на видео лекциите и курсовете и да се провери дали могат да се използват като средство за обучение и самообучение.

Двата метода – реторичен и комуникативен анализ – са избрани заради комплексния характер на обекта на изследване. Реторичният анализ е необходим за анализ на съвременните реторични проявления, а комуникативният е нужен за анализ на съдържателната страна на видео лекциите, организацията на курсовете, процеса на оценяване, както и комуникативните и визуалните особености на двете платформи. Реторичният анализ има за обект видео лекцията като самостоятелна единица, а комуникативният анализ разглежда курсовете за обучение, част от които са селектираните видео лекции. Двата изследователски метода не се припокриват, всеки има свои собствени цели, както и свой собствен принос. Но и двата метода са необходими, за да се изследва дали този нов и модерен начин за представяне на учебното съдържание чрез курсове и видео лекции е подходящ за усвояването на знания и умения.

Изследването на видео лекциите обхваща три етапа – събиране на корпус от видео лекции, неговото анализиране и обобщения на резултатите. В анализа е избран подходът от общото към частното – тръгва се от базовите реторични канони, навлиза се в аргументацията и на края се правят обобщения. Реторичните канони инвенцио (*inventio*) и мемория (*memoria*), които обхващат селектирането на материала и неговото запаметяване,

не са във фокуса на проучването, тъй като не е възможно да се установи предварителната подготовка на лекторите и репетирането, освен ако самият лектор не спомене за двата етапа. Във фокуса на проучването са каноните диспозицио (*dispositio*), елокуцио (*elocutio*) и акцио (*actio*). На ниво диспозицио (*dispositio*) се анализира структурата на видео лекциите и най-често използваните аргументи от лекторите, на ниво елокуцио (*elocutio*) – реторичните фигури, а на ниво акцио (*actio*) – неезиковите средства в поведението на преподавателя.

След анализа на видео лекциите от събрания корпус може да се обобщи, че те имат традиционната реторична триделна структура и се състоят от увод, изложение и заключение. Уводът обикновено е в рамките на няколко секунди и в него лекторът посочва темата, която се разработва в основната част на лекцията. Целта на увода е да въведе в темата. В основната част се представят факти, данни, конкретни примери, които служат за илюстрация на преподадения материал. Заключениеето има за цел да насочи вниманието на аудиторията към важните послания и да постигне завършеност на видео лекцията.

Основната цел на видео лекциите е предоставяне на знания в систематизиран и синтезиран вид. Преподавателите използват различни похвати, които създават идеята за водене на диалог с цел потребителят да се възприеме като участник в комуникацията. Лекторът може да постави няколко въпроса, над които аудиторията да разсъждава с цел да привлече и задържи вниманието ѝ. Преподавателят не отговаря на тези въпроси, а провокира размисъл сред аудиторията.

От анализиранияте видео лекции проличава, че за изграждане на аргументацията лекторите си служат с аргументи на вербално и визуално равнище, като сред най-често използваните вербални аргументи е аргументът от личния опит, чрез който преподавателят споделя своя опит с аудиторията. В част от видео лекциите дори се излиза от рамката на строгото академично говорене и се дават примери от личния живот с цел по-лесно усвояване на учебното съдържание. Сред често използваните аргументи е и аргументът на авторитета. Особеното за аргумента на авторитета е позоваването на известни учени, научни постижения или открития. Във видео лекциите понякога се цитират статистически данни, които имат висока степен на достоверност. Те се използват за доказване на твърдения и служат като илюстрация на думите на преподавателя.

Използваните изображения във видео лекциите служат за илюстрация на казаното от преподавателя, представят голямо количество информация в синтезиран вид, спомагат за достъпното представяне на информацията. Най-често използваните изображения са снимки, схеми и таблици за онагледяване на съдържанието. Изображенията в обучителните клипове целят да привлекат и задържат вниманието на аудиторията. В по-дългите видео лекции е необходимо използването на повече визуални елементи, за да не се стигне до отегчаване на виртуалните студенти.

Част от анализа на видео лекциите е и невербалното поведение на преподавателите. По време на презентиране голяма част от тях движат ръцете си, като това е знак на емоционалност и говорят с умерено темпо, което позволява воденето на записки. От наблюдението проличава, че лекторите са по-скоро статични, заемат една поза и не правят излишни движения освен тези на ръцете.

Изводите от проведения реторичен анализ потвърждават във висока степен формулираната хипотеза, според която видео лекциите са жанр, в който намират проявления основните реторични канони, а аргументацията се изгражда чрез съчетаване на вербални и визуални елементи с цел осъществяване на илюстративна и доказателствена функция, както и с цел информиране и предоставяне на научни знания на виртуалната академична аудитория, посещаваща курсовете и гледаща видео лекциите от платформите Coursera и MOOCs.

Комунитивният анализ в трета глава обхваща отделната лекция, лекциите в отделен курс и целия корпус от селектираните курсове. От резултатите може да се обобщи, че видео лекциите са с кратка продължителност, в тях най-често се разглежда само една тема, по която се покрива основната информация, използват се визуални елементи и текст с цел по-лесното усвояване на новото съдържание. Анализирания курсове са организирани по сходен модел, за да се навлезе поетапно в преподавания учебен материал както в отделната видео лекция, така и в целия курс. Курсовете включват и тестови въпроси, които имат за цел поддържане на висока мотивация за учене и целят активност по време на учебния процес. В тях е осигурен достъп до допълнителни учебни материали във виртуална среда. Наблюденията от направения комуникативен анализ на селектираните курсове от двете платформи потвърждават в голяма степен хипотезата, според която

създадените онлайн курсове дават необходимия обем от информация и могат да се използват за обучение, самообучение и повишаване на квалификацията.

#### **Четвърта глава: Емпирично изследване на съвременната академична комуникация**

Четвърта глава в дисертационния труд е изследователска глава и има за цел да представи резултатите от проведеното емпирично изследване със студенти, обучаващи се в ОКС „бакалавър“ и „магистър“. В нея са представени четирите етапа на емпиричното изследване, основните принципи за логическа последователност при разработване на анкетната карта, видовете въпроси, зависимостите между тях и кодирането им. Обоснована е структурата на анкетната карта, съдържателните и техническите изисквания и особеностите при нейното попълване. След обработката на събраните данни са представени резултатите от два вида анализ – честотен дескриптивен анализ и анализ на кростабулациите.

#### **Предмет и цели на емпиричното изследване**

Емпиричното изследване има за цел да изведе информация за нагласите на студентите в България по отношение използването на електронни ресурси и предпочитанията на студентите при самоподготовката им по време на семестъра и сесията. При провеждане на емпиричното изследване се извеждат данни на няколко равнища: оценяване на преподаването на преподавателите от студентите, каква е самоподготовката и подготовката на студентите.

#### **Задачи и особености на емпиричното изследване**

Задачите на емпиричното изследване на съвременната академична комуникация имат за цел:

1. Да се установи какви са нагласите на студентите да използват електронни ресурси в процеса на обучението им и през сесията по време на подготовката за изпити.
2. Да се установят начините на използване на електронните ресурси от студентите.

## **Ограничения**

Емпиричното изследване няма представителен характер по следните причини: не могат да се обхванат повече изследвани лица и повече университети и изследваните лица са неравномерно разпределени по университети. Същевременно са анкетирани студенти от различни специалности, но преобладаващият брой изучават социални и хуманитарни науки.

## **Същност и структура на емпиричното изследване**

Емпиричното изследване на съвременната академична комуникация се състои от четири етапа и има следната структура:

**Първи етап** – подготовка на изследването

**Втори етап** – провеждане на изследването

**Трети етап** – обработка на данните

**Четвърти етап** – анализ и обобщения на емпиричния материал, представяне на резултатите, изводи от изследването

## **Първи етап – подготовка на емпиричното изследване**

По време на първия етап – подготовка на емпиричното изследване – се търсят отговори на въпросите: кой е обектът на изследване; каква емпирична информация е необходимо да се събере; какви връзки могат да се изследват?

Емпиричното изследване проучва нагласите на студентите за използване на електронни ресурси в процеса на обучение, в българската научна традиция няма подобни изследвания, което доказва неговата актуалност и значимост.

## **Цел на емпиричното изследване**

Провеждането на анкетно допитване чрез въпросник сред студентите от ОКС „бакалавър“ и „магистър“ в няколко университета у нас има за цел да проучи нагласите на студентите спрямо използването на електронни ресурси за подготовка и самоподготовка по време на семестъра и на сесията и използването на традиционни и съвременни формати и жанрове на академичната комуникация в процеса на университетското образование по време на семестъра и на изпитната сесия.



## Концептуален модел на емпиричното изследване

Концептуалният модел на емпиричното изследване е един от важните елементи на изследването, в който се установяват и извеждат емпиричните индикатори. Тези емпирични индикатори са конкретни понятия, чрез които се представят реални признаци на изследвания обект и служат за извличане на информацията.

Критериите, които се използват в четвърта глава, са обособени в седем групи:

1. организация, провеждане на учебния процес и преподаване в университетите
2. академична комуникация
3. виртуална академична комуникация
4. съвременни жанрове на реториката и академичната комуникация
5. електронни ресурси
6. ефективност на електронните ресурси
7. демографски показатели.

Към всяка група критерии са изведени индикатори.

Първата група критерии обхваща *организацията, провеждането на учебния процес и преподаването в университетите*. В тази група се обособяват индикаторите: лекции като традиционен жанр в академичната комуникация; лекции и мултимедийни презентации; лекции и видео клипове; лекции, мултимедийни презентации и видео клипове. Формулираните въпроси на базата на посочените индикатори изследват честотата на използване на различните форми на обучение.

Втората група критерии включва *съвременни жанрове на реториката и академичната комуникация*. Индикаторите са курсове от платформите Coursera и MOOCs, в това число използвани в тях видео лекции и видео клипове с обучителна цел, тюториали. Целта е да се провери дали има разлика в нагласите на студентите през семестъра и изпитната сесия.

Третата група критерии е посветена на *академичната комуникация*. В групата попадат индикатори, съотнесени към писмената академична комуникация, а именно: *реферат, доклад, курсова работа, академично есе*. Добавена е и *презентацията с академични цели*. Целта е да се установи как студентите използват електронни ресурси за подготовката си.

Обособена е четвърта група критерии относно *виртуалната академична комуникация*. Тук са обхванати индикаторите: *академичен блог, дискуссионен форум, уебинари*. С известна условност могат да се отнесат *социалните мрежи*, които по-скоро се използват за организиране на учебния процес, комуникация между студентите и разпространение на знания и учебни материали.

Петата група критерии обхваща *електронни ресурси*. Електронните ресурси се използват от студентите и по същество представят знания под формата на текст, във вариант на съчетаване на текст и хиперлинкове към сайтове, блогове, видео клипове, презентации, медии, социални мрежи. Тук са включени индикаторите: онлайн речници; онлайн справочници; онлайн енциклопедии; електронни библиотеки; виртуални научни форуми и научни електронни списания.

Шестата група критерии е насочена към *ефективността на електронните ресурси*, постигната чрез съчетаване на вербални и визуални средства. Тя обхваща индикаторите: е-ресурси, в които преобладават текстът или вербалното представяне на научната информация; е-ресурси, в които има визуални елементи, допринасящи за усвояване на материала; е-ресурси, в които се съчетават текст и визуални елементи и те допринасят за усвояването на материала.

В анкетната карта са формулирани два въпроса, които се отнасят до нагласите на студентите да ползват платени или безплатни електронни ресурси, като допускането е, че студентите в държавните университети предпочитат да ползват безплатни ресурси, както по време на семестъра, така и по време на сесията.

В последната седма група критерии са обособени *демографските индикатори*, включващи информацията за възраст, пол, специалност, факултет, университет, образователно-квалификационна степен „бакалавър“ и „магистър“ на анкетираните респонденти. Демографските въпроси, създадени според описаните по-горе демографски индикатори, са пол, възраст, степен на обучение, специалност, факултет и университет. Чрез тях се проверява дали има различно поведение при отделните групи студенти.

### **Анкетна карта за емпиричното изследване**

За провеждане на анкетното допитване е необходимо да се разработи анкетна карта (въпросник). Тя представлява съвкупност от 12 въпроса, които се задават на изследваните

лица с цел да се проверят техните нагласи към конкретен проблем – използване на електронни ресурси. В нея се отразява съвкупността от индикатори, които са в основата на изследването.

### **Принципи за логическа последователност на въпросите при изработване на анкетната карта**

При провеждане на анкетно допитване основната цел е да се изведе достоверна информация по отношение на академичната комуникация, като в по-широк план това са използването на електронни ресурси в обучителния процес в университетите, в процесите на преподаването и оценяването. В тази част се обръща внимание върху някои основни изисквания към приложения инструментариум. При разработване на анкетната карта са взети предвид следните *технически* и *съдържателни* изисквания.

С оглед на *техническите* изисквания са следвани следните принципи:

- анкетната карта е разпространена само на хартия сред студентите, като са осигурени условия за нейното попълване преди или след лекциите;
- преди попълването на анкетната карта докторантът започва с кратко представяне на целите за нейното провеждане и времето за попълването ѝ;
- в началото е дадена от докторанта инструкция за попълване.

Относно *съдържателните* изисквания е спазено следното:

- посочени са информация за университета, в който е зачислен докторантът, както и темата на дисертацията;
- при формулиране на въпросите е следвана определена логическа последователност, а именно:
  - започва се от общите и се преминава към по-конкретните въпроси;
  - за разработване на скалата за отговори е използвана Ликертовата скала;
  - при формулиране на въпросите в седем от тях има възможност за даване на свободен отговор чрез попълване на полето „друго“.

## **Видове въпроси и основни зависимости между тях**

В структурата на анкетния въпросник могат да се обособят четири части:

- *демографски въпроси*, включващи пол, възраст, специалност, факултет, университет, образователна степен, курс;
- въпроси, които изследват нагласите на студентите за използване на електронни ресурси като част от тяхната подготовка;
- въпроси, насочени към изследване на нагласата към *преподаването* по време на лекции и семинарни занятия, в които се използват традиционни и съвременни източници и формати на академичната комуникация;
- въпроси, насочени към използване на традиционни и съвременни жанрове и формати на академичната комуникация за *подготовка* в хода на обучението им и използване на електронни ресурси с текстово и визуално съдържание с цел по-лесно усвояване на учебното съдържание.

Въпросите са равномерно разпределени в отделни групи, като целенасочено два по два изследват нагласите на студентите относно използването на електронни ресурси *по време на семестъра* и *по време на сесията*, за да се направи засичане и да се провери дали има разлика в навиците им за учене и подготовка през семестъра и през изпитната сесия.

Анкетата завършва с благодарност за отделеното време от респондентите.

## **Кодиране на въпросите**

На отговорите на въпросите е приписана числова стойност по петстепенната Ликертова скала, като с 1 се означава най-ниската стойност, а с 5 – най-високата. Специфичното за Ликертовата скала е, че средата ѝ трябва да бъде неутрална, а противоположните степени са в двата края. Във въпрос № 1 – *До каква степен имате осигурен свободен и безплатен достъп до електронни ресурси, необходими за Вашето обучение в университета по всички учебни дисциплини?* – отговорът „високо“ е с числова стойност 5, „по-скоро висока“ – 4, „донякъде“ – 3, „по-скоро ниска“ – 2, а на отговора „няма“ числовата стойност е 1. Този начин на кодиране е избран за всички въпроси, при които може да се използва. За представяне на отговорите е използвана скала, която е обща за няколко въпроса. Другият вариант на отговор е представен по следния начин – „напълно съгласен/а“ – 5, „по-скоро съгласен/а“ – 4, „не мога да преценя“ – 3, „по-скоро не съм

съгласен/а“ – 2, „не съм съгласен/а“ – 1. Това се налага с оглед на обработването на данните с програмата за статистическа обработка SPSS.

### **Видове въпроси – изисквания и принципи за подреждане**

В анкетната карта за провеждане на емпиричното изследване са използвани предимно затворен тип въпроси. В седем от въпросите е предвидена възможността за даване на свободен отговор посредством попълване на полето „друго“. Въпросите в анкетната карта трябва да са ясно формулирани и да не пораждат въпроси сред респондентите, а отговорите да са обективни.

За да може анкетната карта да послужи като основен инструмент за провеждане на емпирично изследване, тя трябва да е правилно структурирана. За целта в началото на анкетната карта се поставят по-обща въпроси, които имат неутрален характер, следват по-трудните и сложни въпроси, които са свързани с обекта на изследване, като е необходимо да се започне с по-общите въпроси и да се премине към по-конкретните, като между въпросите трябва да има логическа връзка.

### **Втори етап – провеждане на изследването**

Вторият етап обхваща провеждането на анкетното допитване. То е проведено през зимния и летния семестър на академичната 2018/2019 г., за да се обхванат повече студенти от повече специалности. При разпространяване на анкетната карта е налице превес на анкетираните студенти от хуманитарните специалности, като са обхванати почти всички специалности от Класификатора на висшето образование. В анкетното допитване участват 390 студенти от ОКС „бакалавър“ и „магистър“ от 35 специалности от два частни (Европейският политехнически университет и Нов български университет) и пет държавни университета (Софийският университет „Св. Климент Охридски“, НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“, Русенският университет „Ангел Кънчев“, Шуменският университет „Епископ Константин Преславски“, Педагогическият колеж в Плевен към Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“).

Анкетното допитване се провежда за целите на дисертационния труд и няма представителен характер поради невъзможността да се обхванат повече изследвани лица и други университети.

### **Трети етап – обработка на данните**

След провеждане на анкетното допитване следва обработката на данните чрез програмата за статистическа обработка SPSS Statistics. Направен е честотен анализ на всеки един въпрос от анкетната карта и анализ на кростабулации по признаците пол, курс, специалност и университет.

### **Четвърти етап – представяне на резултатите, изводи от изследването**

След обработката на данните могат да се обобщят следните изводи:

Студентите имат развита дигитална грамотност, но тя не е на еднакво равнище. Те използват електронни ресурси с различна честота в хода на своята подготовка и самоподготовка през семестъра и по време на сесията включително и за разработването на жанрове от академичната комуникация. Уикипедията е най-използваният източник на информация, като допусканията са, че това е така поради лесния достъп до нея, бързината при работа, стилът, на който са написани статиите и други. Това показва, че студентите не са критични при отсяването на достоверната научна информация.

Визуалното представяне на учебния материал помага на студентите по-добре да разберат и запамятат преподаденото, едни от възможните причини за това са, че се активира зрителната им памет и може да се смята, че се повишава концентрацията им. Това е предпоставка да се търсят възможности за онагледяване на учебното съдържание.

Резултатите показват, че в процеса на университетското образование като част от академичната комуникация у нас съчетаването на лекциите с видео клипове все още не е застъпено в голяма степен, то се наблюдава повече в специалностите „Приложна информатика“, „Зелена енергетика“ и „Семиотика, език и реклама“ в следните университети – Европейския политехнически университет и Софийския университет „Св. Климент Охридски“ в ОКС „бакалавър“ и „магистър“. Същевременно се установява, че респондентите оценяват възможностите, предоставени от новите технологии, имат положително отношение към използването на видео лекциите както по време на преподаването и самоподготовката им по време на семестъра, така и в сесия във връзка с изпитите.

Използването на видео лекции от платформите Coursera и MOOCs по време на семестъра е застъпено в най-висока степен сред студентите, обучаващи се в ОКС

„бакалавър“ в специалностите „Зелена енергетика“ и „Социална педагогика“, изучавани съответно в Европейския политехнически университет и в Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

В хода на университетското обучение студентите осъзнават ползите от видео лекциите за усвояване на новия материал; също така те търсят начин за онагледяване на преподаденото съдържание или възможности за учене в удобно за тях време, тъй като достъпът е улеснен и са възможни повторни гледания на целите видео лекции или на част от тях. Това създава условия за самоподготовка на студентите и те имат положителни нагласи.

Анализът на резултатите дава основание да се смята, че целта на анкетното допитване е изпълнена. Проучени са нагласите на студентите спрямо използването на електронните ресурси в хода на подготовката и самоподготовката на студентите и традиционните и съвременните формати на академичната комуникация. Формулираната изследователска хипотеза се потвърди в много голяма степен. Само част от студентите могат да селектират информация и адекватно оценяват предимствата на електронните ресурси, което е доказателство за различната степен на дигитална грамотност сред тях, особено като се има предвид, че респондентите са от различни университети и специалности.

В нови изследвания по темата може да се разшири обхватът на респондентите, като се анкетира студенти и от други университети, за да може изследването да има представителен характер.

### **III. Основни резултати от изследването**

Изводите от реторичния анализ на събрания корпус от видео лекции доказват, че те са изградени, като се следват познатите реторични принципи и имат триделна структура, състояща се от увод, основна част и заключение. Уводът е кратък и насочва вниманието към поставената тема, в основната част се представя съществената информация, а чрез краткото заключение, в което се правят обобщения, се постига завършеност на лекцията.

Във видео лекциите се използва текст заедно с визуални елементи, а една от целите е по-лесното възприемане и по-лесното запаметяване на съдържанието. Изображенията

служат като илюстрация на казаното от преподавателя и представят голямо количество информация в синтезиран вид чрез визуални елементи. Преподавателите, които представят знания чрез Coursera и MOOCs, умерено използват реторични фигури, а аргументите са извлечени от научни източници, аргументацията се изгражда на принципите на дедукцията, индукцията и по-рядко на аналогията, т.е. академичните лектори адаптират реторичните знания към съвременни практики на академичната комуникация. Анализът на селектираните курсове от двете платформи Coursera и MOOCs показва, че те са структурирани по следния модел: поетапно навлизане в новия материал, регулярно оценяване на неговото усвояване и проверка на наученото чрез куизовете.

Резултатите от анкетното допитване доказваха, че студентите имат развита дигитална грамотност, но тя не е на еднакво равнище. Анализът на резултатите от анкетното проучване дава основания да се направи изводът, че студентите най-често използват Уикипедия и уики ресурси, като допускането е, че тези източници са най-достъпни. Студентите оценяват предимствата на видео лекциите като модерно средство за обучение, като към момента по време на семестъра видео лекциите се използват по-често само в специалностите „Зелена енергетика“ и „Социална педагогика“, изучавани съответно в Европейския политехнически университет и в Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Създадените онлайн курсове дават научна информация и те могат да се използват за обучение и самообучение и за повишаване на квалификацията на студентите. Студентите оценяват предимствата на видео лекциите като жанр на академичната комуникация, тъй като те съчетават вербални средства и визуални елементи, които играят илюстративна и доказателствена функция. Студентите имат положителна нагласа и готовност да използват електронни ресурси в процеса на обучението си и подготовката си по време на сесията, като притежават в различна степен дигитална грамотност.

Целта и задачите, поставени в увода на дисертационния труд, са постигнати, а резултатите потвърждават в голяма степен формулираните хипотези.



## **Приносни моменти в дисертационния труд, изведени от докторант**

**Анита Николова**

### **А. Приноси в научно-теоретичен план**

1. Актуализирано е частично съществуващото научно знание в областта на академичната реторика; представени са систематизирано съществуващи дефиниции; изведени са работни дефиниции за жанрове от академичната комуникация; обособени са и са представени особеностите на тържествената академична реторика и деловата академична реторика.

2. Изведени са аргументи в подкрепа на необходимостта от промяна в модела на преподаване и учене в университетите с оглед нагласите на новите поколения студенти, които се обучават през 21. век; отчетена е промяна във функциите на преподавателя и на комуникационните канали.

### **Б. Приноси на изследователско равнище**

1. Създадена е методика, включваща реторичен и комуникативен анализ, която е насочена към изучаване структурата на видео лекциите, визуалните и вербалните аргументи, неезиковите средства в поведението на лекторите от платформите MOOCs и Coursera. Методиката има практико-приложна стойност и може да се използва за анализ на видео лекции.

2. Установени са нагласите на студенти от седем университета в България по отношение на използването на електронните ресурси по време на семестъра и сесиите, за подготовка и самоподготовка за изпити; представени са резултати от анализ на студентските нагласи относно традиционните и съвременните жанрове на академичната комуникация; очертани са явления и тенденции относно комуникативните и реторичните особености при преподаването във висшите училища у нас.

## Списък с публикации на докторанта

### Научни статии по темата на дисертационния труд

1. Features of the academic and pedagogical communication in virtual environment, в съавторство с Иванка Мавродиева и Тодор Симеонов (докторантът е разработил частта за Уча.се), In: *US-China Foreign Language*, September 2017, Vol. 15, No. 9, pp. 593-601, ISSN: 1539-8080 (Print) 1935-9667 (Online), doi:10.17265/1539-8080/2017.09.008.
2. Мястото на мултимедийната презентация в обучението – В: *Докторантски четения*, сборник 1/2017, София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2018, с. 119 – 131, ISBN 2603-3453.
3. Специфики на виртуалната академична комуникация в MOOCs и Coursera – В: *Дигиталната революция в културните и социалните процеси*, Благоевград: Унив. изд. „Неофит Рилски“, 2018, с. 217 – 229, ISBN 978-954-00-0171-5.
4. Комуникативни особености на онлайн платформите за обучение Уча.се и Coursera – В: *Годишник на докторантите*, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, Т. 2, 2017, ISSN 2534-935X, с. 155 – 171.
5. Особенности на структурата и аргументацията във видео лекции в Massive Open Online Courses – В: *Съвременни методи и методики за научни изследвания* (Сборник с доклади от научна конференция – 30 март 2018 г.), Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2018, с. 116 – 123, ISBN 978-954-07-4572-5.
6. Особенности на електронното обучение в MOOCs – В: *Електронното обучение във висшите училища*, сборник с научни доклади, София: Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2018, ISBN 978-954-07-4509-1, с. 273 – 279.

### Научна статия под печат

1. Особенности на академичната комуникация в MOOCs – под печат в издание на катедра „Реторика“

### Рецензия на книга

Стъпка по стъпка в академичното писане, публикувана в списание „Българска реч“ кн. 1/2017 г.