

Резюмета на рецензираните публикации на български език и на един от езиците, които традиционно се ползват в съответната научна област (английски)

Монография:

1. *Донка Петрова, Аудиторията - анализ и реторическо въздействие*, УИ "Св. Климент Охридски", София, Рецензирано, ISBN: 978-954-07-5278-5. (Рецензенти: проф. д.ф.н. Донка Александрова, доц. д-р Герасим Петрински)

Резюме: Монографията е посветена на темата за аудиторията и аудиторния анализ в реториката. Основната застъпвана теза е, че ефективното реторическо въздействие предполага „центрираност“ върху аудиторията от страната на комуникаторите. В разработката е възприет интердисциплинарен подход към темата, обединяващ анализ на водещи теоретични постановки от сферите на реториката, психологията, медийните науки, които са съчетани с дискусия на практически похвати и примери. Тя се състои от десет глави и може условно да се поделени на две части: в първата във фокус е разбирането на концепта за аудитория, аудиторен анализ и начините за осъществяване на този анализ, а във втората – постигането на въздействие на база аудиторния анализ. Първата глава (*В търсене на аудиторията: същност и класификации*) поставя във фокуса на внимание променящото се и еволюиращо разбиране за същността и характеристиките на аудиториите и се спира върху различните видове аудитории. Разгледани са както класически постановки на автори като Перелман, Олбрехтс-Титека и Лойд Битцер, така и модерни такива. Втората глава *Изучаването на аудиториите: водещи теории и изследователски традиции* е посветена на водещите изследователски традиции в изучаването на аудиториите и влиянието на променящите се възгледи за аудиторията (от пасивна към активна) върху изследователските подходи. В третата глава *Модел на анализ на адресирана аудитория* е изложен модел за анализ на аудитория, който обхваща пет нива на анализ 1) ситуационен анализ; 2) анализ на нивото на интерес и предварителна запознатост с темата; 3) демографски анализ; 4) психологически анализ 5) културен анализ) и който е с подчертана практическа насоченост. В следващата глава *Методи на събиране на информация за аудиторията* фокусът се насочва към конкретни методи (качествени и количествени) и подходи за събиране на информация за аудиторията за целите на анализа. Някои от тези методи са общи за социалните науки (анкети, въпросници, фокус групи), а други са по-нови и специфични за анализа на аудиториите като анализ на протоколи или „мислене на глас“, партисипативна реторика и реторическа етнография (наблюдение на реакциите на аудитории на събития и

речи, разговори и интервюта с членовете), анализ на вторични текстове (създадени от членове на аудиторията в отговор на реторическия дискурс).

Втората част на монографията (пета до десета глава) е посветена на реторическото въздействие и по-конкретно как то да бъде осъществено с отчитане на особеностите на аудиторията и ползване на резултатите от аудиторния анализ. Така в пета глава *Адаптация към аудиторията* се анализира как полученото знание за аудиторията да се приложи с оглед адаптиране към нейните специфични особености, очаквания и потребности. Водеща теза тук е, че това предполага познаване и разбиране на човешките когнитивни процеси и мотивация по принцип, а след това отчитане на допълнителните характеристики на конкретна аудитория. Следващите три глави са посветени на *етоса*, *патоса* и *логоса*, като всеки от тези елементи на „реторическия триъгълник“ е разгледан първоначално в теоретичен план, а след това във връзка с влиянието на аудиторния анализ върху неговото постигане. В девета глава вниманието се насочва към реторическата аргументация и нейната обвързаност с аудиторния анализ: кои аргументи и как поднесени ще са приемливи в голяма степен зависи от конкретната аудитория. В последната глава във фокус попадат някои *съвременни теории за убеждаването и въздействието върху аудиториите* като модела за най-голяма вероятност за убеждаване, социално-психологическите възгледи за нагласите и други, като целта тук е не пълно тяхно представяне, а отново пречупването им през призмата на анализа на аудиторията: без него практическата реализация на тези модели рискува да остане ограничена и неефективна.

AUDIENCE: ANALYSIS AND RHETORICAL IMPACT

Resume: The monograph is dedicated to the topic of audience and audience analysis in rhetoric. The main thesis is that achieving effective rhetorical impact requires "audience centeredness" on part of the communicator/speaker. The work follows an interdisciplinary approach to the topic, combining analysis of leading theoretical ideas from the fields of rhetoric, psychology, media sciences, to which is added a discussion of practical techniques and examples. The monograph consists of ten chapters and can be conditionally divided into two parts: the first focuses on the understanding of the concept of audience, audience analysis and how to carry out this analysis, and the second – on rhetorical impact based on audience analysis. The first chapter (In search of the audience: definitions and classifications) focuses on the changing and evolving understanding of the essence and characteristics of audiences and on different types of audiences. Both classical concepts by authors such as Perelman and Olbrechts-Tyteca and Lloyd Bitzer and modern ones are analyzed. The second chapter (*The study of audiences: leading theories and research traditions*) is dedicated to the leading research traditions in the study of audiences and the influence of changing views about the audience (from passive recipient to active participant) on research approaches. Chapter

3 (*Addressed Audience Analysis Model*) presents an audience analysis model covering five levels of analysis: 1) situational analysis; 2) analysis of the level of interest and preliminary knowledge of the topic; 3) demographic analysis; 4) psychological analysis 5) cultural analysis. This chapter has a pronounced practical focus. In the following chapter (*Audience Information Collection Methods*) specific methods (qualitative and quantitative) and approaches to gathering audience information for analysis purposes are presented and discussed. Some of these methods are common to social sciences (surveys, questionnaires, focus groups), while others are newer and specific to audience analysis such as protocol analysis or "thinking out loud", participatory rhetoric and rhetorical ethnography (monitoring audience reactions to events and speeches, conversations and interviews with members), analysis of secondary texts (created by audience members in response to rhetorical discourses). The second part of the monograph (chapters 5 to 10) is dedicated to rhetorical impact and, in particular, how to achieve impact by taking into account the specificities of the audience and using the results of the audience analysis. Thus, chapter five (*Adaptation to the audience*) analyses how the obtained audience knowledge can be applied for matching the discourse to its specific characteristics, expectations and needs. A leading assumption here is that this requires knowledge and understanding of human cognitive processes and motivation in general, and then taking into account the additional characteristics of a specific audience. The next three chapters are devoted to the *ethos, pathos and logos*, each of which is analyzed initially theoretically, and then with regard to the effects of audience analysis on their establishment. In chapter nine, attention turns to the *rhetorical argumentation* and its relationship to audience analysis: which arguments to present and how in order to be acceptable depends on the particular audience. The latest chapter focuses on some *contemporary theories of persuasion* and audience impact like the elaboration likelihood model, social psychological views of attitudes and others, with the aim here being not to fully present them, but again to discuss them through the prism of audience analysis: without it, the practical realization of these models risks remaining limited and ineffective.

Научни статии:

2. **Donka Petrova, Focus group discussions as a means to assess training needs and gather information for audience analysis**, *Реторика онлайн*, брой 3, 2021, ISSN (online):2738-7860, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Резюме: Статията представя фокус групите като качествен метод за събиране на информация относно обучителните потребности и други характеристики на аудиториите (като нагласи, вярвания и др.). Събирането на подобна информация е комплексен процес и фокус групите са анализирани като метод, който демонстрира висока ефективност и е приложим в разнообразни ситуации и контекст. Основните акценти в разработката са върху същността на метода и неговата специфика (кое го отличава от други качествени методи); разширяващото се приложение на метода; процесът на селекция на участници за фокус групите, който изисква отчитане на редица фактори, както практически-организационни, така и свързани с груповата динамика; начина на структуриране и провеждане на дискусиата (типове въпроси според типологията, развита от Ричард Крюгер, водещ изследовател на метода). Специално внимание е отделено на възможността за провеждане на фокус групи онлайн – така наречените виртуални фокус групи, които могат да бъдат синхронни и асинхронни и които носят своите допълнителни възможности, но и предизвикателства. В заключителната част на материала са анализирани случаите, в които методът на фокус групите не е приложим или ефективен.

FOCUS GROUP DISCUSSIONS AS A MEANS TO ASSESS TRAINING NEEDS AND GATHER INFORMATION FOR AUDIENCE ANALYSIS

Resume: The paper presents an overview on focus group discussions as a qualitative method for gathering information about learning needs and other characteristics of audiences (such as attitudes, beliefs, etc.). The collection of such information is a complex process and focus groups are analysed as a method that demonstrates high efficiency and is applicable in a variety of situations and contexts. The material highlights the essence of the method and its specifics (which distinguish it from other quality methods); the expanding application of the method; the selection process for focus groups participants, which requires consideration of a number of factors, both practical-organizational and related to group dynamics; the way the discussion is structured and held (types of questions according to typology developed by Richard Krueger,

lead researcher of the method). Special attention is paid to online focus groups – the so-called virtual focus groups, which can be synchronous and asynchronous and that bring their additional capabilities, but also challenges. The final part of the material analyzes cases when the focus group method is not applicable or effective.

3. Донка Петрова, **Лидерство и етос (или силата на убеждаването чрез характер)**, *Политически хоризонти*, брой: 3, 2021, стр.:188-203, ISSN (online): ISSN: 2534 -966X, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Лидерът е винаги комуникатор и неговия етос е от ключова значимост за въздействието му върху неговите последователи и аудиториите, които се опитва да спечели и поведе. Статията разглежда концепта за реторическия етос през възгледите на класически автори като Аристотел и модерни такива и значимостта на етоса за образа на лидера. В тази връзка са анализирани променящите се в исторически план възприятия за ефективното и успешно лидерство. Изглеждането на етос е следващата тема във фокуса на анализ – как фактори като асоцииране с вече утвърдени авторитети, поведението пред лицето на лидерски грешки и провали, умело ползване на невербалната комуникация и др. действат като етосни. Специално внимание е посветено на доверието, автентичността, емоционалната интелигентност и моралните качества на лидера. Етосът, схващан тук като нещо динамично, подлежи на постоянно формиране и е в постоянен риск да бъде накърнен. Последната част от материала се спира върху атаките срещу етоса и риска от неговото разрушаване, като в тази връзка са анализирани аргумента към човека и покушението срещу характера и е представена типология на тези атаки (като неправилно цитиране и приписване на думи, заглушаване, вандализъм, обиди, разпространение на анонимни лъжи, обвинения в психична болест или загуба на разсъдък).

LEADERSHIP AND ETHOS (OR PERSUASION THROUGH CHARACTER)

The leader is always a communicator, and his ethos is key to his impact on the followers and the audiences he tries to win and lead. The paper analyzes the concept of the rhetorical ethos

through the views of classical authors such as Aristotle and modern ones and the importance of ethos for leadership. In this regard, historically changing perceptions of effective and successful leadership are also presented. Establishment of ethos is the next topic in the focus of analysis – how factors such as association with authorities, trust building, behavior in the face of errors and failures, skillful use of nonverbal communication, etc. act as ethos factors. Special attention is dedicated to the authenticity, emotional intelligence and moral qualities of the leader. The ethos, understood here as something dynamic, is subject to constant upbuild and is at constant risk of being undermined. The last part of the material focuses on the attacks on the ethos and the risk of its destruction, in this regard analyzing the ad hominem argument and the character assassination. The main methods of attacks are also presented (such as misquoting and attribution of words, silencing, vandalism, insults, spread of anonymous lies, insinuations of mental illness or loss of intellectual abilities).

4. Донка Петрова, **Мултикултурната комуникация: кратко въведение за любителите на пътешествия**, е-списание "Географ", брой: 5, 2021, стр.: 47-52, ISSN (online): 2534-949X, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Резюме: Статията предлага въведение в теорията на мултикултурната комуникация и „глобалната компетентност“ – или способността да се признават, толерират, уважават и интегрират културните различия – с фокус върху таргетната аудитория на списание Географ – любители на пътешествия. За целите на разбирането на другите култури са предложени няколко ключови културни патерни и категории за анализ: индивидуализъм срещу колективизъм и кое отличава индивидуалистичните от колективистичните култури; отношението към контекста на общуването и как той повлиява подхода към комуникацията (или високо- и нискоконтекстуални култури); времева ориентация – или как се възприема времето в дадена култура, линейно или полихронично; невербална комуникация – очертани са ключови различия в невербалната комуникация например на нивото на жестикулацията, вокализацията, очния контакт, лицевите изражения,

отношение към личното пространство и физическия контакт (високо- и нискоконтактни култури).

MULTICULTURAL COMMUNICATION: AN INTRODUCTION FOR TRAVELERS

Resume: The paper offers an introduction to the theory of multicultural communication and "global competence" – or the ability to recognize, tolerate, respect and integrate cultural differences – with a focus on the target audience of the Geograph magazine – travel lovers. For the purposes of understanding other cultures, several key cultural patterns and categories of analysis have been proposed: individualism versus collectivism and which distinguishes individualistic from collectivist cultures; the context of communication and how it affects the approach to communication (or high and low context cultures); time orientation (or how time is perceived within a culture – as linear or polychronic); nonverbal communication – key differences among cultures are discussed in the terms of facial expressions, eye contact, personal space and physical contact (high and low contact cultures).

5. *Донка Петрова, Ефективната обратна връзка в общуването с юноши, Юношеството като преход между детството и зрелостта – предизвикателства и хуманистични перспективи, редактор/и: Владислав Господинов, издателство: Авангард Прима, 2020, стр.: 268-275, ISBN: 978-619-239-500-1. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Обратната връзка е неизменна част от човешкото общуване, която присъства дори когато не се осъзнава. Статията застъпва тезата, че е необходим съзнателен подход към даването а обратна връзка, особено в професионалния контекст например на преподаването – съзнателност, която предполага внимание, планиране и контрол. Материалът разглежда въпроса как да се предоставя ефективна обратна връзка в общуването между учители и тийнейджъри: какви принципи да се следват, какво

позволява обратната връзка да изпълнява своите разнообразни функции (информационна, затвърждаваща желано поведение, корекционна) и кое действа като бариера пред нейната ефективност, като в тази връзка са анализирани възгледите на различни автори (сред които J. Brophy, A. Kluger и A. DeNissi). Обратната връзка е разгледана както в нейните вербални измерения, така и на нивото на невербалната комуникацията и връзката ѝ с концепта за учителската непосредственост – или поведението, в голямата си част невербални, които намаляват психологическата дистанция между общуващите.

EFFECTIVE FEEDBACK IN THE COMMUNICATION WITH ADOLESCENTS

Resume: Feedback is an integral part of human communication that is present even when not realized. The article argues that a conscious approach to giving feedback is needed, especially in the professional context, for example teaching, a consciousness that implies attention, planning and control. The material looks at how to provide effective feedback in communication between teachers and teenagers: what principles to follow, what allows feedback to perform its diverse functions (informative, confirming of desired behavior, corrective) and which acts as a barrier to its effectiveness, in this regard analyzing the views of various authors (including J. Brophy, A. Kluger and A. DeNissi). The feedback is addressed both in its verbal dimensions and at the level of nonverbal communication and its relationship with the concept of teacher immediacy – or behaviors, in large part nonverbal, that reduce the psychological distance between the communicators.

6. *Донка Петрова, Ефектът на идентифицируемата жертва и реторическият патос, Обща и сравнителна реторика, редактор/и: Донка Александрова, Герасим Петрински и Яна Събева, издателство:УИ "Св. Климент Охридски", 2020, ISBN: 978-954-07-5013-2. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Статията анализира феномена, описан в психологията като ефект на идентифицируемата жертва – или склонността на хората проявяват повече загриженост и

състрадание спрямо идентифицирани и назовани жертви на някоя трагедия, отколкото към много по-многобройни, но неидентифицирани и неназовани жертви (дори на същата трагедия). Този интересен феномен е описан в научната литература през 80-те години на 20-ти век и може да бъде обвързан с реторическото разбиране за патоса като способност да се пробуди емоционална реакция в аудиторията чрез фокус върху конкретни истории и жертви, а не върху „статистически“ и потенциални такива. Хората са често нерационални в своите преценки и реакции, което ги прави податливи на подобни феномени. Анализирани е водещия обяснителен модел за този ефект, според който в основата му са четири фактора: яркост на ситуацията, свързана с повече детайли за трагедията или страданието на жертвата, сигурност (сигурна, не хипотетична жертва), концентрация на риска (по-силна загриженост, когато даден проблем засяга по-голям процент от реална или хипотетична група) и предварителна срещу последваща оценка (*ex post* versus *ex ante* – или тенденция да се предприемат действия или изпитва съчувствие, когато проблемът и жертвите са вече налице, отколкото за да се превентира този проблем). Във втората част на статията са представени изследвания на приложението на този ефект в публичното говорене и за целите на различни благотворителни кампании и инициативи.

THE IDENTIFIABLE VICTIM EFFECT AND THE RHETORICAL PATHOS

Resume: The article analyzes the phenomenon described in psychology as the identifiable victim effect - or people's tendency to show more concern and compassion towards identified and named victims of a tragedy than towards more numerous but unidentified and unnamed victims (even of the same tragedy). This interesting phenomenon was first described in scientific literature in the 1980s and can be linked to the rhetorical understanding of pathos as an ability to awaken an emotional reaction in the audience by focusing on specific stories and victims rather than "statistical" and potential ones. People are often irrational in their judgments and reactions, making them susceptible to such phenomena. The leading explanatory model for this effect is analyzed in the paper and four main factors for it are identified: vividness of the situation related to more details about the victim's tragedy or suffering; certainty (safe, not

hypothetical victim); concentration of risk (greater concern when a problem affects a larger percentage of a real or hypothetical group) and preliminary versus posterior judgement (ex post versus ex ante) – or the tendency to take action or experience sympathy when the problem and the victims already exist, rather than prior taking action to prevent the problem). The second part of the article presents studies on the application of this effect in public speaking and for the purposes of various charitable campaigns and initiatives.

7. Донка Петрова, **Стереотипите и влиянието им в общуването между оратор и аудитория**, *Реторика онлайн*, брой: 1, 2020, ISSN (online): ISSN 2738-7860, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Резюме: Стереотипите присъстват широко в нашия живот и оказват значително влияние върху общуването, включително общуването и връзката между оратор и аудитория. Те могат да се проявяват двупосочно – от оратор към аудитория и обратното – като и в двата случая носят риска да действат като комуникационна бариера. В процеса на събиране на информация и анализ на аудиторията ораторът може да започне да я възприема по стереотипен начин, без отчитане на нейните специфики, а аудиторията, от своя страна, може да отхвърли оратора и неговото послание на база на свои негативни стереотипи. Тъй като ораторът е обаче този, който цели въздействие, разработката се фокусира върху необходимостта от разбиране на собствените стереотипи и предразсъдъци от негова страна и тяхното потенциално влияние върху представянето му пред различни аудитории. Материалът разглежда стереотипите като пречка пред постигането на идентификация между оратор и аудитория. С цел по-задълбоченото им разбиране като феномен са представени водещи дефиниции за същността на стереотипите и за процеса на стереотипизация, ефектите от този процес (като заличаване на индивидуалните различия), активирането на стереотипа, връзките на стереотипите с предразсъдъците и нагласите, ролята на негативните стереотипи за определени групи за поддържането на социалната неравнопоставеност. В тази връзка във фокуса на анализ попада и съдържателният модел за стереотипите (Susan Fiske), който концептуализира стереотипите като състоящи се от две основни дименсии: топлота и компетентност и оценките по тези дименсии обуславят

отношението към представителите на различни групи. В допълнение са разгледани някои основни форми на стереотипизация – сексизъм, етноцентризъм, расизъм, ейджизъм и са анализирани през призмата на влиянието, което могат да окажат върху публичната реч.

STEREOTYPES AND THEIR INFLUENCE IN THE COMMUNICATION BETWEEN SPEAKER AND AUDIENCE

Resume: Stereotypes are widely present in our lives and have a significant influence on communication, including communication between speaker and audience. They can manifest themselves two-way– from speaker to audience and vice versa – and in both cases carry the risk of acting as a communicative barrier. In the process of gathering information and analyzing the audience, the speaker can begin to perceive it in a stereotypical way, without taking into account its specifics, and the audience, in turn, can reject the speaker and his message on the basis of their negative stereotypes. However, since it is the speaker who aims to influence, the paper focuses on the need to understand the speaker's own stereotypes and prejudices and their potential impact on his performance in front of different audiences. The material conceptualizes stereotypes as an obstacle to achieving identification between a speaker and their audience. To further understand them as a phenomenon, leading definitions of the nature of stereotypes and the process of stereotyping are presented, the effects of this process (such as erasure of individual differences) are analyzed, as well as the activation of the stereotype, the links of stereotypes with prejudices and attitudes, the role of negative stereotypes for certain groups in maintaining social inequality. In this regard, the focus of analysis also includes the stereotype content model (Susan Fiske), which views them as consisting of two dimensions: warmth and competence, with judgements on these dimensions influencing the attitude towards different social groups. In addition, common forms of stereotypization like sexism, ethnocentricity, racism and ageism are analyzed through the prism of their potential effects on public speaking.

8. *Донка Петрова, Тренинги за развитие на просоциалната комуникация на професионалисти, Медии и език, брой:7, 2020, ISSN (online):2535-0587, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)*

Резюме: Във фокуса на материала попада просоциалната комуникация, разбрана като интеракция, при която съществува стремеж да се съхрани достойнството на другия, дори при наличие на конфликт и напрежение. Статията разглежда дефинициите за просоциалност и просоциална комуникация и опитите за операционализиране на тези понятия чрез предлагане на набор от дименсии, които съвкупно конституират просоциалната комуникация като достъпност, емпатийност, предоставяне на достатъчно време на другия, подбор на подходящи канали на общуване, споделено вземане на решения и др. – описани са общо 17 дименсии. Наред с този теоретичен обзор материалът представя и практически идеи и насоки за подготвяне и планиране на тренинги за развиване на просоциалната комуникация, насочени към професионалисти от помагащите професии и здравеопазването, като обучителният подход е базиран на принципите на преживелищното учене (по модела на Дейвид Колб). Разработката бе подготвена в резултат от съвместно участие в международен проект с изследователи от Института за изследване на просоциалната комуникация в Барселона, Испания.

TRAININGS FOR THE DEVELOPMENT OF THE PROSOCIAL COMMUNICATION OF PROFESSIONALS

Resume: The focus of the material is prosocial communication, understood as an interaction in which there is a readiness to preserve the dignity of the other, even in the presence of conflict and tension. The article presents the definitions of prosociality and prosocial communication and the attempts to operationalize these concepts by offering a set of dimensions that characterize prosocial communication such as accessibility, empathy, providing sufficient time to the other, selecting appropriate channels of communication, shared decision-making, etc. – a total of 17 dimensions are described. In addition to this theoretical overview, the material also

presents practical ideas and guidelines for preparing and planning trainings for the development of prosocial communication aimed at representatives of the helping professions and healthcare, and the training approach is based on the principles of experiential learning (modelled on David Kolb). The paper was prepared as a result of joint participation in an international project with researchers from the Institute for the Study of Prosocial Communication in Barcelona, Spain.

9. *Донка Петрова, Аудитория, негативни послания и политически цинизъм, Преходът и политическите езици, редактор/и:Проф. Максим Мизов , 2019, стр.:175-185, ISBN:978-619-239-222-2. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Статията разглежда политическия цинизъм и връзката му с излагането на аудиториите на системни негативни послания, подхранващи разочарование и обезверяване, като се спира върху ключови дефиниции на този феномен, водещи начини за изследването му (чрез самооценъчни въпросници и скали), причини за появата му и ефектите от него. Политическият цинизъм, който може да се дефинира като трайно убеждение в некомпетентността и неморалността на политиците, политическите институции и политическата система като цяло, е комплексно явление, чиито причини са многостранни, но като водещи могат да се посочат политически скандали и провали на политически партии и проекти, негативни послания в публичното пространство като взаимни обиди, нападки, черен пиар от страна на политическите играчи. Широкият достъп до информация и бързото ѝ разпространение в социалните медии допълнително допринасят за насищането на аудиторията с негативни послания. В реторически план статията очертава връзка между подобни негативни послания и черен пиар с реторическото разбиране за етоса и атаките срещу етоса на политическия противник. Замислени като начин да се навреди на този противник, те рискуват да провокират у аудиторията нагласи на цялостен цинизъм и отдръпване от активно участие в политическия живот. Разработката се спира върху отрицателните ефекти на политическия цинизъм и най-вече тенденцията политически циничните граждани да са склонни да не гласуват или да гласуват за така наречените популистски партии или кандидати – или такива, които се обявяват, че са срещу политическото статукво и обещаваат алтернатива.

AUDIENCE, NEGATIVE MESAGES AND POLITICAL CYNICISM

Resume: The paper looks at political cynicism and its relationship to audience exposure to systemic negative messages, fueling disappointment and mistrust, focusing on key definitions of this phenomenon, leading approaches to its research (through self-assessment questionnaires and scales), reasons for its appearance and its effects. Political cynicism, which can be defined as a belief in the incompetence and immorality of politicians, political institutions and the political system as a whole, is a complex phenomenon, the causes of which are multifaceted, but as the leading ones can point to political scandals and failures of political parties and projects, negative messages in the public domain such as mutual insults, attacks, black PR on the part of political players. Wide access to information and its rapid dissemination on social media further contribute to the saturation of the audience with negative messages. In rhetorical terms, the article outlines a link between such negative messages and a black PR with a rhetorical understanding of the ethos and attacks on the ethos of the political adversary. Conceived as a way to harm this adversary, such messages risk provoking in the audience attitudes of overall cynicism and retreat from active participation in political life. The development focuses on the negative effects of political cynicism and, above all, the tendency of politically cynical citizens to tend not to vote or vote for so-called populist parties or candidates - or those who declare themselves against the political status quo and promise an alternative.

10. Донка Петрова, **Конспиративни теории, реторика и аргументация**, *Реториката в съвременното общество. Сборник с доклади от конференция по реторика 27–28 септември 2017 г.*, съст./редактор/и: доц. д-р Нели Стефанова, гл.ас. д-р Донка Петрова, издателство: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2019, стр.: 155-167, ISBN: 978-954-07-4591-6, Ref. (статия в редактиран колективен том)

Резюме: Статията разглежда темата за конспиративните теории – понятие, все по-често присъстващо в съвременния живот. Посоките на анализ са три: 1) дефинирането на понятието за конспиративна теория и доколко е възможна единна дефиниция (или по-скоро описателен подход към дефинирането, базиран на ключови характеристики като сензационалност, неверифицираност, базираност на убеждение за преднамереност и злонамереност, самодостатъчност, ниски критерии за доказателство); 2) начини на постигане на убедителност и аргументативност на конспиративния наратив (посредством подходи, наречени от Дж. Байфорд „реторика на научното проучване“ – или по-скоро имитация на такова и предлагане на псевдоаргументи - и „реторика на задаването на въпроси“ – или хвърляне на съмнение върху официалните теории, както и посредством „каскадна логика“ или своеобразно „надграждане“ на теорията с нови елементи и участници при поява на нова информация, която ѝ противоречи); 3) психологически фактори, които правят конспиративния наратив привлекателен като определени личностови черти, чувство на безсилие и загуба на контрол у хората, склонност към търсене на патерни и „ред в хаоса“ от сложна социална информация.

CONSPIRACY THEORIES, RHETORIC AND ARGUMENTATION

Resume: The article addresses the topic of conspiracy theories – a concept increasingly discussed in modern life. The directions of analysis are three: 1) the definition of the concept of conspiracy theory and the extent to which a single definition is possible (or rather a descriptive approach to defining the concept based on key characteristics such as sensationalism, lack of verification, convictions in intentionality and malice, self-sufficiency, low criteria for proof); 2) ways through which the conspiracy narrative achieves persuasiveness and argumentativeness (through approaches, named by J. Byford “rhetoric of the scientific investigation” – or an imitation of such and the use of pseudoarguments - and “rhetoric of asking questions”- or casting the shadow of doubt over official versions of events, as well as trough “cascade logic” – the addition of new elements and conspirators when presented with new information, contrary to the conspiracy narrative); 3) psychological factors which make the conspiracy narrative more

attractive like personality traits, feelings of powerlessness and loss of control, tendency to search for patterns and order within the chaos of the complex social reality.

11. *Донка Петрова, Невербална комуникация и кризисна интервенция , Психологични изследвания , том:22, брой: 1, 2019, стр.:7-15, ISSN (print): 1311-4700, ISSN (online):2367-9174, Ref, др. (ERIH PLUS). (статия в списание с научно рецензиране)*

Резюме: Статията разглежда ролята на невербалната комуникация в процеса на работа с хора в състояние на емоционална криза. Тя представлява сериозно предизвикателство за много професионалисти в помагачката сфера, като често те не са в достатъчна степен запознати с невербалните измерения на тази комуникация – те винаги присъстват, но често несъзнателно. Съзнателното ползване на невербални сигнали и правилното им разчитане могат да са от огромна полза за професионалиста. Статията представя спецификата и значението на невербалната комуникация в процеса на разпознаване на психологическата криза и при провеждане на кризисна интервенция. Тя има изследователски характер и на базата на проучване чрез фокус-групи и интервюта с представители на помагачите професии – психолози в кризисен център, психотерапевти, консултанти на телефонни линии – в нея са изведени 1) типични невербални индикатори на кризата, на базата на които тя може да бъде разпозната дори без вербализиране на емоционалния дистрес, така и 2) начини, по които професионалистите могат да ползват невербалната комуникация с цел по-бързо и ефективно овладяване на кризата, показване на грижа, успокоение, както и за предотвратяване на ескалиране на напрежението. Темата е разгледана през призмата на различните модалности на невербална комуникация – кинесика (с акцент върху лицеви изражения, очен контакт, поза, жестикулация), проксемика, вокализация, значение на външния вид.

NONVERBAL COMMUNICATION AND CRISIS INTERVENTION

Resume: The article examines the role of nonverbal communication in the process of working with people in a state of emotional crisis. It often poses a serious challenge for many professionals in the helping sphere, and often they are not sufficiently familiar with the nonverbal dimensions of this communication which are always present, but often unconsciously. Consciously using nonverbal signals and reading them properly can be of great benefit to the professional. The article presents the specifics and importance of nonverbal communication in the process of understanding the psychological crisis and conducting crisis intervention. It presents the results of a research carried out by the author through focus groups and interviews with representatives of the assisting professions – crisis centre psychologists, psychotherapists, telephone line consultants. On this basis are formulated 1) empirically derived nonverbal indicators for crisis and 2) ways in which professionals can use nonverbal communication in order to manage the crisis more quickly and effectively, to show care, to calm down the client, and to prevent escalation of the tension. The topic is addressed through the prism of the various modalities of nonverbal communication – kinesics (with emphasis on facial expressions, eye contact, posture, gesture), proxemics, vocalization, the importance of physical appearance.

12. *Донка Петрова, Презентационни умения в помощ на учителя, е-списание "Географ", брой: 3, 2018, стр.:43-51, ISSN: 978-954-07-4591-6, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)*

Резюме: Статията дава обзор върху темата за презентационните умения през практическа перспектива – тяхното прилагане в образователния контекст. Обзорът обхваща предварителната подготовка за презентиране, основен структурен модел на презентациите, както и конкретни модели за подреждане и излагане на материала в основната част (хронологична подредба, географска подредба, тематична подредба,

причина-следствие, предимства-недостатъци, комбинирани подредби). Анализирана е необходимостта от добра структура от гледна точка на разбирането и запаметяването от страна на слушателите/аудиторията, както и ролята на някои ключови психологически принципи в процеса на преценка как да бъде поднесено съдържанието, а именно ефекта на първенството, ефекта на края, принципите на движение от конкретното към абстрактното и от абстрактното към конкретното. Следващият акцент в разработката е визуалното оформление на слайдовете в презентациите: представени са предложения и препоръки, свързани с цветовете, контраста, избора на фон и шрифт, разположението на отделни елементи върху слайда, съотношението сигнал-шум. Последната част от статията е насочена към процесът на презентирание пред аудитория и начините презентаторът да бъде ефективен и въздействащ в своя подход.

PRESENTATION SKILLS FOR TEACHERS

Resume: The article gives an overview of the topic of presentation skills through a practical perspective – their application in the educational context. The overview covers the preliminary preparation for a presentation, the main structural model of the presentations, as well as specific models for arrangement of the material in the main part (chronological arrangement, geographical arrangement, topical arrangement, cause-effect, advantages-disadvantages, combined layouts). Analyzed are the importance of good structure for the understanding and memorizing by listeners/audiences, as well as the role of certain key psychological principles in the process of assessing how to serve the content, namely the primacy and recency effects, the principles of movement from the specific to the abstract and from the abstract to the specific. The next point of interest in the paper is the visual layout of the slides in the presentations: suggestions and recommendations related to colors, contrast, background and font selection, the placement of individual elements on the slide, the signal-to-noise ratio are offered. The last part of the article focuses on the delivery and how the presenter can be effective and impactful in his approach.

13. *Донка Петрова, Невербални проявения на власт и доминиране, Сборник с доклади от международна научна конференция "Предизвикателства и перспективи пред съвременната психология", редактор/и:Ирина Зиновиева, Соня Карабельова, Милен Миланов, издателство: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2017, ISBN: 978-954-07-4340-0. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Властта и доминирането в междуличностната комуникация са изразявани по множество различни начини, повечето от които не са словесни – като например лицеви изражения, поза и движения; контрол върху по-голяма територия; допир; вокализация и управление на цялостния комуникационен контекст. Фокусът на тази разработка пада именно върху тези невербални проявения на власт и доминиране, като те са анализирани на нивото на: кинесиката, хаптиката (общуване чрез допир), невербалната вокализация, влиянието на физическата среда и невербалната комуникация чрез външен вид. За целите на анализа са представени и няколко водещи принципа, обединяващи различни невербални сигнали: принципът на управление на пространството, принципът на централността и визуалното доминиране, принципът на издигнатостта, принципът на прерогатива и принципът на интеракционния контрол. Анализирани са и индикаторите за слабост и подчинение, които съвместно с тези за власт и доминиране формират своеобразен тандем и участват в процеса на договаряне и установяване на взаимоотношения.

NONVERBAL EXPRESSIONS OF POWER AND DOMINANCE

Resume: Power and dominance in interpersonal communication are expressed in many different ways, most of which are nonverbal – such as facial expressions, posture and movements; control over a larger territory; touch; vocalization and management of the overall

communication context. The focus of this paper falls precisely on these nonverbal manifestations of power and dominance, and they are analyzed at the level of: kinetics, haptics (communication by touch), nonverbal vocalization, the influence of the physical environment and nonverbal communication through physical appearance. For the purposes of the analysis, several main principles of dominance are presented, bringing together different nonverbal signals: the principle of space management, the principle of centrality and visual dominance, the principle of elevation, the principle of the prerogative and the principle of interactional control. The indicators of submissiveness and obedience are also analyzed, which together with those of dominance form a kind of tandem and participate in the process of negotiation of relationships.

14. *Донка Петрова, Харизматично лидерство и ораторско майсторство, Сборник с материали от научни конференции по реторика, 2013 г., София; 2014г., Гьолечица. Съст./ред.: Донка Петрова, Елиза Иванова, издателство: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2017, стр.: 140-149, ISBN: 978-954-07-4322-6, Ref. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Статията се фокусира върху харизматичното лидерство и връзката на харизмата с комуникативните умения и ораторското майсторство на лидера. За целите на анализа е представено разбирането за харизмата, започвайки с началната дефиниция на Макс Вебер от 20-те години на XX век и очертавайки новите „неохаризматични“ възгледи за харизматичното лидерство като транзакционен феномен, пресечна точка на характеристиките на самия лидер, на податливите последователи и на ситуацията (така наречената „харизматична ситуация“ на обществена криза или сътресение). В центъра на внимание попадат характеристиките на лидера и лидерските реторически стратегии, които позволяват постигането на този тип въздействие, като представяне на визия за желано бъдеще, отричане на старото, насърчаване на усещането за сходство между лидер и последователи, създаване на доверие, чести препратки в речи и изказвания към споделената колективна история, колективната идентичност (а не личния интерес), вяра и надежда, ценности и дългосрочни цели. Анализирани са и тенденцията на харизматичните

лидери да ползват образен и фигуративен език, за да провокират силен емоционален отклик (патос).

CHARISMATIC LEADERSHIP AND ORATORICAL SKILL

Resume: The article focuses on charismatic leadership and the relationship of charisma with the communication skills and oratorical mastery of the leader. For the purposes of the analysis, the understanding of charisma is presented, starting with Max Webber's initial definition in the 1920s and outlining the new "neo-charismatic" views of charismatic leadership as a transactional phenomenon, an intersection of the characteristics of the leader himself, of susceptible followers and of the situation (the so-called "charismatic situation", typically of a public crisis or turmoil). The focus of the material is on the characteristics of the leader and the leadership rhetorical strategies that allow this type of impact to be achieved, such as presenting a vision of a desired future, denying the old, promoting a sense of similarity between leader and followers, creating trust, frequent references in speeches to shared collective history, collective identity (not personal interest), values and long-term goals. The tendency of charismatic leaders to use figurative and connotative language to provoke a strong emotional response (pathos) has also been analyzed.

15. *Донка Петрова, Специфика на телефонната комуникация с хора в криза и с представители на уязвими групи, Актуални проблеми на социалната работа, редактор/и: доц. д-р Васка Станчева-Попкостадинова, издателство: УИ "Неофит Рилски", Благоевград, 2016, стр.: 78-93, ISBN: 978-954-00-0096-1, Ref. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Статията представя някои ключови особености на телефонната комуникация с хора в състояние на емоционална криза и с представители на уязвими групи (като хора с психични заболявания и със социални затруднения). Телефонната комуникация има своите специфични предизвикателства, най-вече свързани с невъзможността да бъде

видян другия и присъствие само на една форма на невербална комуникация – вокализацията. Във фокуса на внимание в материала попадат начините за разпознаване на емоционалната криза, оценката на нивото на функциониране на хората, които търсят помощ по телефона (доколко могат да се справят с актуалните предизвикателства пред тях), спецификите на вербалната и невербалната комуникация с тези хора. Като базова допускание в приет възгледа на Джералд Каплан за кризата като състояние на дисбаланс, в което хората търсят начин да възстановят баланса си със средата. Подходящата комуникация може да помогне много в този процес, ако води до снемане на напрежението и насочване на мисленето към решения и изходи. Приложение в разглеждането на темата намира и теорията за редуцирането на несигурността, която очертава как комуникацията може да бъде ползвана за намаляване на усещането за объркване и несигурност у другия.

SPECIFICS OF TELEPHONE COMMUNICATION WITH PEOPLE IN CRISIS AND WITH REPRESENTATIVES OF VULNERABLE GROUPS

Resume: The paper presents some key features of telephone communication with people in a state of emotional crisis and with representatives of vulnerable groups (such as people with mental illness and with social difficulties). Telephone communication has its specific challenges, mainly related to the inability to see the other and the presence of only one form of nonverbal communication – vocalization. The focus of attention in the material is the identification of the emotional crisis in a telephone conversation, the assessment of the level of functioning of people seeking help over the phone (how well they can cope with the current challenges facing them), the specifics of verbal and nonverbal communication with these people. As a basic premise in the paper is accepted Gerald Kaplan's view of the crisis as a state of imbalance, in which people are looking for a way to reestablish balance with their environment. Adequate communication can be very helpful in this process, if it leads to tension reduction and redirection of thoughts to solutions and outcomes. Uncertainty reduction theory is also applied

as indicating ways in which the feelings of confusion and insecurity in the communication partner can be coped with.

16. *Донка Петрова, Хуморът в публичната реч*, Теоретичен сборник в чест на създателя на катедра Реторика проф. Васил Иванов, редактор/и: проф. Величко Руменчев, издателство: Университетско издателство "Епископ Константин Преславски", 2016, стр.: 145-153, ISBN: 978-619-201-084-3, Ref. *(статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Статията разглежда ролята на хумора в публичната реч – умело приложен той може да бъде изключително ценен инструмент за оратора. Предложени са дефиниции за хумора и са анализирани три водещи теории за него: за превъзходството (хумор, базиран на надсмиване, осмиване на друг или други), за психологическо разтоварване/облекчение на натрупано нервно напрежение, за несъответствието (хуморът като коренящ се в несъответствие, разминаване между очакванията в дадена ситуация и това, което реално се случва или казва). Тези теории могат да се разгледат като допълващи се и в публичната реч намират приложение различните форми на хумор, но тяхното прилагане винаги следва да бъде с отчитане на контекста и аудиторията. Във втората си част статията се фокусира върху ефектите от ползване на хумора в публичната реч, а именно: той способства убеждаването, може да помогне на оратора да постигне комуникативен контрол върху ситуацията и усещане за близост с аудиторията, може да бъде ползван като инструмент срещу опоненти, да служи като социален коректив (атакуване чрез хумора на неприемливо и неморално поведение, например). Засегнати са и някои аспекти на джендър реториката чрез анализ на някои различия в ползването (и възприятията при ползването) на хумора от жените и мъжете.

HUMOUR IN PUBLIC SPEAKING

Resume: The paper looks at the role of humor in public speaking – skillfully applied it can be an extremely valuable tool for the speaker. Definitions of humor have been proposed and three leading theories of humor have been analyzed: that of superiority (humor based on taunting, ridiculing others), of psychological /relief of accumulated nervous tension, and of inconsistency (humor as rooted in a discrepancy between expectations in a situation and what actually happens or said). These theories can be seen as complementary and different forms of humor can be applied in public speaking, but their application should always be taking into account the context and the audience. In its second part, the article focuses on the effects of using humor in speeches, namely: it helps persuasion, can help the speaker achieve communicative control of the situation and a sense of closeness with the audience, can be used as a tool against opponents, serves as a social corrective (attack through the humor of unacceptable and immoral behavior, for example). Some aspects of gender rhetoric are also discussed within an analysis of some differences in the use (and perceptions of the use) of humor by women and men.

17. *Донка Петрова, Модерната скандинавска реторика: развитие на реториката като академична дисциплина и на реторическите изследвания в Скандинавските страни, Реторика и комуникации, брой: 20, 2015, ISSN: 1314-4464, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)*

Резюме: Разработката цели да представи интензивното развитие на реториката като академична дисциплина с изследователска насоченост в скандинавските страни през последните десетилетия, през които там се наблюдава разширяване на обхвата на изследователската работа и засилване на тяхната интердисциплинарна насоченост. Разгледана е характерна изследователска традиция с норвежки произхода, именно изучаването на тематично ориентирани текстове (*sakprosa*) – нехудожествени текстове, посветени на определена тема, с подлежащото допускане, че общественото развитие може да бъде разбрано чрез комуникационните модели на това общество, а анализът на

подобни текстове, особено на научни и образователни такива и тяхното въздействие върху масовото съзнание, е възможност за осмисляне на тези модели и начините, по които са се формирали модерното общество и модерното мислене. Коментирани са взаимовръзките на този подход с реториката на науката. Статията също така предлага кратък обзор на концепциите на двама водещи скандинавски експерти в сферата на реториката – Йорген Фафнер и Кристиян Кок. Представени са идеите на Фафнер за реториката като „философия на комуникацията“: неговият подход е хуманистичен с интерес към влиянието на реториката върху формирането на културата и индивида, описван като вербално възприемащо и действащо същество. Кристиян Кок, от своя страна, се стреми да дефинира реториката като нормативна и емпирична наука, фокусирана върху конкретни човешки изказвания. Предлагайки различни дефиниции и подходи към изучаването на реториката, тези автори очертават и различни възможности за изследователска работа.

MODERN SCANDINAVIAN RHETORIC: DEVELOPING RHETORIC AS ACADEMIC DISCIPLINE AND RHETORICAL RESEARCH IN SCANDINAVIAN COUNTRIES

Resume: The paper aims to present the intensive development of rhetoric as an academic discipline with a research focus in the Nordic countries in recent decades, during which there has been an expansion of the scope of research work and an increase in its interdisciplinary focus. A characteristic research tradition with Norwegian origin has been examined, namely the study of thematically oriented texts (sakprosa) – non-artistic texts, dedicated to a particular topic, with the underlying assumption that public development can be understood through the communication models of this society, and the analysis of such texts, especially scientific and educational ones and their impact on mass consciousness, is an opportunity to reflect on these patterns and the ways in which modern society and modern thinking have formed. The paper comments on the relationship of this approach with the rhetoric of science. It also offers a brief overview of the concepts of two leading Scandinavian experts in the field of rhetoric – Jorgen Fafner and Christian Kock. Fafner's ideas on rhetoric as a "philosophy of communication" are

presented: his approach is humanistic with interest in the influence of rhetoric on the development of culture and the individual, described as a verbally perceiving and acting being. Christian Kock, for his part, seeks to define rhetoric as normative and empirical science focused on specific human discursive practices. Offering different definitions and approaches to studying rhetoric, these authors also outline different research opportunities.

18. *Донка Петрова, Теорията за редуциране на несигурността и приложението ѝ в комуникацията с хора в състояние на криза*, Психологични изследвания, том: 18, брой: 2, 2014, стр.: 284-290, ISSN (print): 1311-4700, ISSN (online):2367-9174, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Резюме: Материалът отразява трайния интерес на автора към комуникацията с хора в криза, емоционален дистрес и с представители на уязвими групи, като тук тази комуникацията е разгледана през призмата на теорията за редуциране на несигурността, първоначално развита от Чарлз Бъргър и Ричард Калабрезе, според която един от водещите мотиви в интерперсоналната комуникация е намаляването на усещането за несигурност. Разработката дефинира понятието за емоционална криза и представя някои от най-честите ефекти на кризата. Кризите в живота на индивида и в обществото имат сериозни последици, а комуникацията с хора в състояние на криза крие големи предизвикателства. Теорията за редуциране на несигурността се разглежда в статията като възможна оправна точка за избора на ефективен подход в такава комуникация. Водещо допускане в разработката е, че хората активно търсят начини да обяснят действителността и да я направят по-предвидима, като за тази цел са склонни да търсят комуникация и информация. Възможността за редуциране на несигурността чрез и в общуването може да се обвърже със седем други комуникационни концепти: вербални послания, невербална топлина, търсене на информация, себеразкриване, реципрочност, сходство и харесване. Тяхното разбиране и прилагане от комуникатора носи потенциала да повиши ефективността на общуването. Във фокуса на разглеждане в статията попадат както кризисната интервенция с отделни индивид и кризисната комуникация в ситуации на

обществени кризи и бедствия, така и харизматичното лидерство като феномен, предпоставян от кризи в обществото.

UNCERTAINTY REDUCTION THEORY AND ITS APPLICATION IN COMMUNICATION WITH PEOPLE IN CRISIS

Resume: The paper reflects the author's enduring interest in the specifics of communication with people in crisis, emotional distress and with representatives of vulnerable groups, and here this communication is addressed through the prism of the uncertainty reduction theory originally developed by Charles Berger and Richard Calabrese, according to who one of the leading motivators in interpersonal communication is the reduction of the sense of uncertainty. The material defines the concept of emotional crisis and presents some of the most common effects of the crisis. Crises in the lives of the individual and in society have serious consequences, and communication with people in a state of crisis poses great challenges. The uncertainty reduction theory of is viewed as a possible starting point for choosing an effective approach in such communication. A leading assumption is that people are actively looking for ways to explain reality and make it more predictable, and for this purpose they tend to seek communication and information. The possibility of reducing uncertainty through and in communication can be linked to seven other communication concepts: verbal messages, nonverbal warmth, search for information, self-disclosure, reciprocity, similarity and likeness. Their understanding and application by the communicator bring the potential to increase the efficiency of communication. In the focus of examination fall both crisis intervention with individuals and crisis communication in situations of societal crises and disasters, as well as charismatic leadership as a phenomenon often provoked by crises in society.

19. *Yoana Yankulova, Donka Petrova, The Transition from Quantitative to Qualitative Research of Learning in the Educational settings*, Реторика и комуникации, брой: 7, 2013, ISSN: 1314-4464, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Resume: The current paper puts into focus the transition in scientific research from quantitative to qualitative approaches when it comes to the study of the characteristics of human learning. This transition is conceptualized here as an essential moment in the development of scientific views in the field of educational psychology. Based on a cumulative empirical data the relevant scientific approaches are outlined with their attempts to explain learning not only from behaviorist, but from cognitive point of view as well. It is obvious that learning cannot be reduced only to specific behavioral responses to external influences. It is accepted today that learning is based on an active cognitive processing of external stimulation, on the manifestations of such personal mediating factors such as intentions, expectations, self-efficacy, locus of control. Educational psychology today is interested not only in the cognitive and the behavioral aspects of learning, but also in the emotional experiences that are part of the learning process. This relatively new and not well enough studied problem area is highlighted in the paper. Research focused on the emotional aspects of learning is presented as necessary because learning is not only a very complex and multidimensional process, mediated by personality and social factors, but is also happening simultaneously on cognitive, emotional, motivational and behavioral levels. Deep and complex study of all of these aspects will allow for the creation of a whole and multilayered picture of the characteristics of human learning throughout the lifetime.

Преходът от количествени към качествени изследвания на обучението в образователните настройки

Резюме: Настоящият материал поставя във фокус прехода в научните изследвания от количествени към качествени подходи за целите на изследване на характеристиките на обучителните процеси. Този преход е концептуализиран тук като съществен момент в развитието на научните възгледи в областта на психологията на образованието. Въз основа на кумулативни емпирични данни съответните научни подходи са описани във връзка със стремежа им да обяснят ученето не само от бихейвиорична, но и от когнитивна гледна точка. Очевидно е, че ученето не може да бъде сведено само до конкретни поведенчески отговори на външни влияния. В днешно време се приема, че то се основава на активна когнитивна обработка на външната стимулация, на проявленията на такива личностни опосредстващи фактори като намерения, очаквания, Аз-ефективност, локус на контрола. Психологията на образованието днес се интересува не само от когнитивните и бихейвиорните аспекти на ученето, но и от емоционалните преживявания, които са част от

учебния процес. Тази сравнително нова и не достатъчно добре проучена проблемна област е анализирана в настоящата статия. Изследванията, фокусирани върху емоционалните аспекти на ученето, са осмислени като необходими, защото ученето е не само много сложен и многоизмерен процес, медиран от личностните и социалните фактори, но и се случва едновременно на когнитивно, емоционално, мотивационно и поведенческо ниво. Задълбоченото изучаване на всички тези аспекти ще позволи създаването на цялостна и многопластова картина на характеристиките на човешкото обучение през целия живот.

20. *Yoana Yankulova, Donka Petrova, Specific manifestations of stereotypes in the process of interpersonal communication*, Реторика и комуникации, брой: 4, 2012, ISSN (online): 1314-4464, Ref. (статия в списание с научно рецензиране)

Resume: The article focuses on the processes of categorization and stereotyping and their effects on interpersonal communication with specific emphasis on the communication in school context. The main purpose of each act of interpersonal communication is usually associated with the desire of the submitter of information to make a connection to the recipient and to send a message, using a suitable communication channel. The social context is complex, and people tend to categorize incoming information and use stereotypes as heuristic approaches, such as “shortcuts” to fill the information that is not available, to reach a conclusion or judgment — in general, to avoid the overload of cognitive functions. The paper analyzes leading models of categorization (the model of the prototypes and the model of examples) and applies the ideas of social psychologist Susan Fiske to the process of stereotypization. Negative stereotypes are conceptualized as sources of communication barriers in the pedagogical context which need to be understood and address through methods like interactive trainings.

Специфични прояви на стереотипите в процеса на междуличностна комуникация

Резюме: Статията се фокусира върху процесите на категоризация и стереотипизация и техните ефекти върху междуличностната комуникация със специфичен акцент върху

комуникацията в училищен контекст. Основната цел на всеки акт на междуличностна комуникация е желанието на източника на информация да осъществи връзка с рециента и да изпрати послание, като използва подходящ комуникационен канал. Социалният контекст е сложен и хората са склонни да категоризират входящата информация и да използват стереотипите като евристични подходи, като "преки пътища", за да запълнят информацията, която не е налична, да стигнат до заключение или преценка — като цяло, за да се избегне претоварването на когнитивните функции. Статията анализира водещи модели на категоризация (модела на прототипите и модела на примерите) и прилага идеите на социалния психолог Сюзън Фиск към процеса на стереотипизация. Отрицателните стереотипи се концептуализират като източници на комуникационни бариери в педагогическия контекст, които трябва да бъдат разбрани и адресирани чрез методи като интерактивни обучения.

21. *Донка Петрова, **Особености на телефонното консултиране на деца и юноши, преживели насилие в семейството**, Сборник по клинична и консултативна психология: Първи национален конгрес по клинична и консултативна психология, 29 юни- 1 юли 2012 г. Редактор/и: проф. Ваня Матанова, 2012, стр.: 350-357, ISBN:978-954-449-598-5, Ref. (статия в редактиран колективен том)*

Резюме: Статията се спира върху проблема насилие над деца и възможностите за оказване на подкрепа и помощ за тези деца във формата на консултиране по телефона. Очертана е спецификата на телефонното консултиране като тип комуникация със значителни възможности, но и ограничения. Разгледан е феноменът насилие над деца – неговите видове (физическо, психическо и др.), правни дефиниции, ефектите – непосредствени и дългосрочни (хронична травматизация) и зависимостта им от възрастта, през която се случва насилието. Процесът на оказване на помощ и подкрепа по телефона е анализиран през призмата на ключови комуникативни и консултативни умения като активно слушане, емпатийност, изграждане на доверителна връзка и рапорт, недирективен, необвиняващ и овластяващ подход. Във фокуса на разглеждане попада и тенденцията на децата в комуникацията с възрастен извън семейството и в процеса на

търсене на помощ да са амбивалентни и объркани, което прави тази комуникация по-трудна и сензитивна и изискваща комбинация от познания и опит.

CHARACTERISTICS OF THE TELEPHONE COUNSELING OF CHILDREN WHO HAVE SURVIVED DOMESTIC VIOLENCE

Resume: The paper focuses on the problem of violence against children and the possibilities for offering help and support to such children via telephone counseling. It is viewed here as specific type of communication with many advantages, but also limitations, which are discussed. Violence against children is analyzed as a phenomenon through key definitions, overview of its forms, legal formulations, effects – short- and long-term (like chronic traumatization) and their relation to the age of the child when the violence occurs. Help and support via the telephone are analyzed through the prism of key communication and counseling skills like active listening, empathy, building of trust and rapport, non-judgmental and empowering approach. In the focus of consideration also falls the tendency of children in their communication with people outside the family to be hesitant and ambivalent, which makes this communication even more difficult and sensitive and thus requiring a combination of knowledge and experience.

Студии в поредици

22. *Донка Петрова, Ейджизъм, или стереотипизирането по възрастов принцип: същност, ефекти и начини за изследването му*, Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, книга Психология, брой: 99, редактор/и: Проф. д.пс.н. Людмил Денев, доц. д-р Иван Димитров, доц. д-р Анелия Петрова, доц. д-р Людмила Андреева, издателство: УИ "Св.Климент Охридски", 2010, стр.: 397-414, ISSN (online): 0204-9945, Ref. (*студия в поредица с научно рецензиране, 22 стандартни страници/1800 знака на стр.*)

Резюме: Тази студия предлага анализ на теоретичните концепти за ейджизма: как той се дефинира, какви са причините и обясненията за появата му, какво влияние оказва

той върху интерпоколенческата комуникация и самооценката на отделния индивид. В първата част са представени различни дефиниции на ейджизма като системно стереотипизиране и дискриминиране на база възраст, развитието на тези дефиниции към по-голяма комплексност, както и видовете ейджизъм (насочен към по-възрастните от по-младите и насочен към младите от по-възрастните). Според съвременното разбиране ейджизмът включва както предразсъдъци, така и стереотипи, нагласи и дискриминация на поведенческо равнище – тоест както когнитивни, така и емоционални процеси. В тази връзка в материала е разгледана същността на нагласите и стереотипите и са анализирани водещите стереотипи за възрастните хора, както и обяснителните модели за появата на ейджизма - страха от смъртта, бързите демографски промени и увеличаващия се дял на възрастното население, теорията за социалната идентичност, теорията за социалното категоризиране, ролята на фундаменталната атрибутивна грешка. Разработката продължава с анализ на ефектите на ейджизма – трудова дискриминация на възрастов принцип, интернализиране на негативни стереотипи от самия индивид, което повлиява самооценката и справянето с житейските задачи. Специално внимание е отделено на отрицателните ефекти на ейджизма върху междупоколенческата комуникация и общуването на хора от помагащите професии с техни клиенти и пациенти, които са възрастни. Финалната част от материала е посветена на подходите към изследването на ейджизма (чрез самооценъчни въпросници, скали, семантичен диференциал, имплицитен асоциативен тест) и на възможностите за неговото ограничаване чрез образование през целия живот, рефлексивен подход към представянето на различни социални групи в медиите и изкуството, интерактивни тренингови подходи.

AGEISM OR STEREOTYPING BECAUSE OF AGE: DEFINITION, EFFECTS AND RESEARCH APPROACHES

Resume: This study offers an analysis of the theoretical concepts of ageism: how it is defined, what are the reasons for its existence, what impact it has on intergenerational communication and the self-perception of the individual. The first part presents different

definitions of ageism as a systematic form of stereotyping and discrimination based on age, the development of these definitions in the direction of more complexity and the types of ageism (towards the old and towards the young). According to modern views ageism includes prejudice, stereotypes, attitudes, and discrimination – or both cognitive and emotional processes. Following this line of thought the paper offers an overview of attitudes and stereotypes in general and an analysis of the most common stereotypes about the old persons, as well as of the theories for the emergence of ageism like the fear of death, the demographic changes, the social identity theory, the effects of the fundamental attribution error. The paper continues with analysis of the effects of ageism – labor discrimination, internalization of negative stereotypes. Special focus is placed on the negative effects of ageism on the intergenerational communication and on the communication among helping professionals and their older clients and patients. The final part of the paper is dedicated to the research approaches to ageism (like self-assessment questionnaires, surveys, semantic differential, implicit association test) and to the possibilities for its reduction like life-long learning, reflexive approach to representation of social groups, interactive training methods.

23. *Донка Петрова, **Общуването между ученици и учители: психологически аспекти**, Годишник на Софийски университет "Свети Климент Охридски". Философски факултет, книга "Психология", брой:100, редактор/и:Проф. д.пс.н. Людмил Денев, доц. д-р Иван Димитров, доц. д-р Анелия Петрова, доц. д-р Людмила Андреева, издателство: УИ "Св.Климент Охридски", 2010, стр.: 121-139, ISSN (online): 0204-9945, Ref. (студия в поредица с научно рецензиране, 21 стандартни страници/1800 знака на стр.)*

Резюме: Материалът разглежда темата за общуването и специфично неговите измерения в образователен/училищен контекст. Разгледани са водещи дефиниции и модели за общуването (като този на Клод и Шанън, на Ласуел, транзакционния модел на Шанън и Уивър) и общуването е осмислено като изпълняващо три основни функции: когнитивна, емотивна и конативна. Общуването в училище от своя страна е разгледано през призмата на ролевата теория, която разглежда учителската професия като изискваща влизане в

няколко роли като информатор, съветник, помощник, приятел, ролеви модел и др. и на системния подход, който предлага интегративен анализ на всички системи, които оказват влияние върху развитието, като училището е една от тях, и приема взаимоотношенията с околните като водещ източник на развитийна промяна. В студията се анализира и значимостта на благоприятния училищен климат и начините за неговото създаване, като понятието училищен климат се дефинира като отнасящо се до качеството и консистентността на интерперсоналните интеракции в училищната общност, които повлияват когнитивното, социалното и психологическото развитие на учениците. Последната част на материала е посветена на представяне и обобщен анализ на проведено от автора изследване сред ученици в горна училищна възраст на типовете интеракции между тях и техните учители и междугруповите различия в оценката на тези интеракции – изследването е проведено по метода на самооценъчните въпросници, като резултатите са подложени на статистическа обработка.

COMMUNICATION BETWEEN STUDENTS AND TEACHERS: PSYCHOLOGICAL ASPECTS

Resume: The material addresses the topic of communication and its specific dimensions in an educational/school context. Leading definitions and patterns of communication (such as that of Claude and Shannon, of Laswell, the transactional model of Shannon and Weaver) are examined, and communication is conceptualized as performing three main functions: cognitive, emotive and conative. Communication in educational settings, on its part, is addressed through the prism of role-playing theory, which sees the teaching profession as requiring the performance of several roles such as informant, counsellor, assistant, friend, role model, etc. and through the systematic approach that offers integrative analysis of all systems that influence development, with the school being one of them, and accepts relationships with others as the leading source of developmental change. The study also analyzes the importance of the positive school climate and the ways in which it can be created, the concept of school climate being defined as referring to the quality and consistency of interpersonal reactions in the school community that influence the cognitive, social and psychological development of

students. The last part of the material is devoted to the presentation and summary analysis of a survey conducted by the author among upper school-age students of the types of interactions between them and their teachers and the intergroup differences in the evaluation of these interactions – the survey was conducted using the method of self-assessment questionnaires, with the results subject to statistical processing.
