

Кроскултурна комуникация

Интердепартаментен
сборник статии
ГОДИШНИК

**НОВ БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

Департаменти
„Администрация и
управление“
„Нова българистика“
„Музика“

2023

ГОДИШНИК – 2023

КРОСКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ

София, 2023

ГОДИШНИК

2023

КРОСКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ

Интердепартаментен сборник статии

НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

Департаменти

•
„Администрация и управление“

•
„Нова българистика“

•
„Музика“



АСКОНИ-ИЗДАТ
София, 2023

Съставители:

доц. д-р Татяна Фед (НБУ)
доц. д-р Теодора Ризова (НБУ)
гл. ас. д-р Милка Хаджикотева (НБУ)

Редакционен съвет на сборника:

доц. д-р Татяна Фед - председател (НБУ)
проф. д-р Кристиян Хаджиев (НБУ)
проф. д-р Милена Шушулова-Павлова (НБУ)
доц. Морис Фадел, д.н. (НБУ)
доц. д-р Теодора Ризова (НБУ)
доц. д-р Мария Нейкова (НБУ)
доц. д-р Ангел Заберски (НБУ)
доц. д-р Ирина Георгиева (НБУ)
гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска (НБУ)
гл. ас. д-р Милка Хаджикотева (НБУ)
проф. Алиция Пстига , д.н.(Гдански университет, Полша)
проф. Зоя Новоженова, д.н. (Гдански университет, Полша)
доц. д-р Зденка Недомова (Остравски университет, Чехия)

Научен редактор:

проф. д-р Кристиян Хаджиев

Рецензенти:

проф. Мони Алмалех, д.н.
проф. Петя Александрова, д.н.

© доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Теодора Ризова,
гл. ас. д-р Милка Хаджикотева, 2023

© АСКОНИ-ИЗДАТ, 2023

ISBN 978-954-383-150-0

Тази книга е защитена от Закона за авторското право и сродните му права. Тя е предмет на авторско и търговско право на издателя.

ПРЕДГОВОР

Идеята за годишника „Кроскултурна комуникация“ се роди през късната есен на 2022 година, когато специалисти от различни области на знанието и от различни департаменти на НБУ се събрахме в читателския клуб на НБУ да представим сборника от юбилейната ни конференция „Бизнес комуникации, език, литература и култура“, посветена на 10 години магистърска програма „Бизнес комуникации“ РО и ДО и 25 години бакалавърска програма „Русистика (с втори чужд език английски)“.

Съществуването и успехът на различни интердисциплинарни програми потвърди реалността на XXI век – живеем във време на глобализация, сливане и взаимодействие на култури, езиково многообразие и бързо променящи се приоритети, сред които всеки от нас се превръща в посредник или медиатор в различни видове комуникация. В публикацията на Съвета на Европа “Enriching 21st century language education, The CEFR companion volume in practice“, Council of Europe, Strasbourg, 2022, медиацията се включва като процес, съпътстващ усвояването на чужди езици, взаимодействие и комуникация, като се изхожда и от смяна на гледната точка и се създава ново значение заедно с участниците в общуването и благодарение на тях.

Четири основни раздела на сборника: *Комуникация и етикет, Туризм и дигитална среда, Литература, култура и методика и Музика и танц* синтезират вижданията на авторите за направленията и тенденциите за развитие в посока интердисциплинарност.

В последния раздел *Рецензии и проекти* са включени реализираните проекти през годините 2019-2023. Особено място заема обзорът от Гданския университет (Полша), многогодишен Еразъм партньор на НБУ. Финализира сборника текстът за пътуващите семинари на НБУ.

Вярваме, че тази книга открива пътя на многото годишници, които ще я последват!

От Редакционния съвет

СЪДЪРЖАНИЕ

КОМУНИКАЦИЯ И ЕТИКЕТ

Е-КОМУНИКАЦИИ ВЪВ ВИРТУАЛЕН ЕКИПЕН КОНТЕКСТ – СПЕЦИФИЧНИ ИЗМЕРЕНИЯ И ОСНОВНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

проф. д-р Кристиан Хаджиев 11

E-COMMUNICATIONS IN A VIRTUAL TEAM CONTEXT:
SPECIFIC DIMENSIONS AND MAIN CHALLENGES

Professor Kristian Hadjiev, Ph.D 12

ЕТИКЕТ И ОБЩУВАНЕ В АКАДЕМИЧНА ВИРТУАЛНА СРЕДА

доц. д-р Мария Иванова..... 23

ETIQUETTE AND COMMUNICATION IN AN ACADEMIC
VIRTUAL ENVIRONMENT

Assoc. Prof. Mariya Ivanova, PhD..... 23

НОРМЫ РУССКОЙ СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ XVI-XVIII ВЕКОВ (СБОРНИК „ДОМОСТРОЙ“)

доц. д-р Ирина Георгиева 43

NORMS OF RUSSIAN FAMILY LIFE OF
16TH-18TH CC. (DOMOSTROY COLLECTION)

Assoc. Prof. Irina Georgieva, PhD..... 44

МЕТАФОРА В РУССКОЙ И БОЛГАРСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ: АКТУАЛИЗИРУЕМЫЕ ПРИЗНАКИ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

д-р Радостина Стоянова 53

METAPHORS IN RUSSIAN AND BULGARIAN ECONOMIC
TERMINOLOGY: UPDATED FEATURES OF TERMINOLOGICAL
PHRASEOLOGICAL UNITS

Radostina Stoyanova, PhD 54

ТУРИЗЪМ И ДИГИТАЛНА СРЕДА

НЕТРАДИЦИОННИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЖИВЯВАНИЯ – ПОТАПАНЕ В ЧУЖДИТЕ КУЛТУРИ

<i>доц. д-р Ирена Емилова</i>	61
NON-TRADITIONAL TOURIST EXPERIENCES: FOREIGN CULTURE IMMERSION	
<i>Assoc. Prof. Irena Kirilova Emilova, PhD</i>	62

КОМУНИКАЦИИТЕ В ПОДКРЕПА НА РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА В ЕВРОПА СЛЕД ПАНДЕМИЯТА

<i>доц. д-р Теодора Ризова</i>	71
COMMUNICATIONS IN SUPPORT OF TOURISM DEVELOPMENT IN EUROPE AFTER THE PANDEMIC	
<i>Assoc. Prof. Teodora Rizova, PhD</i>	71

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛНИТЕ НОМАДИ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА

<i>гл. ас. д-р Маргарита Мишева</i>	83
THE INFLUENCE OF DIGITAL NOMADS ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM	
<i>Assist. Prof. Margarita Misheva, PhD</i>	83

КРОСКУЛТУРНА ДИГИТАЛНА КОМУНИКАЦИЯ В ТУРИЗМА

<i>ас. д-р Виолета Донева-Янкулова</i>	93
CROSS-CULTURAL DIGITAL COMMUNICATION IN TOURISM	
<i>Assist. Prof. Violeta Doneva-Yankulova, PhD</i>	94

ЛИТЕРАТУРА, КУЛТУРА И МЕТОДИКА

WAR IN THE “MOMENTS“ BY JURI BONDAREV

<i>Assoc. Prof. Tatiana Fed, PhD</i>	105
ВОЙНАТА В „МИГОВЕТЕ“ ОТ ЮРИЙ БОНДАРЕВ	
<i>доц. д-р Татяна Фед</i>	106

БИБЛЕЙСКАТА ОБРАЗНОСТ В СВЕТА НА ЖЕНСКАТА ИДЕНТИЧНОСТ

<i>гл. ас. д-р Илвие Конедарева</i>	113
BIBLICAL IMAGERY IN THE UNIVERSE OF FEMALE IDENTITY	
<i>Asst. Prof. Ilvie Konedareva, PhD</i>	113

ESP IN THE CONTEXT OF MULTICULTURAL SETTINGS

<i>Assoc. Prof. Mariya Neykova, PhD</i>	127
АНГЛИЙСКИ ЕЗИК ЗА СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛИ (АСЦ) В МУЛТИКУЛТУРНА СРЕДА	
<i>доц. д-р Мария Нейкова</i>	127

“SOFT” УМЕНИЯ НА ПРОФЕСИОНАЛНИЯ ФИТНЕС ТРЕНЬОР

<i>гл. ас. д-р Иван Неделчев</i>	133
SOFT SKILLS OF THE PROFESSIONAL FITNESS TRAINER	
<i>Asst. Prof. Ivan Nedelchev, PhD</i>	133

ОПИТ ЗА ПРИЛАГАНЕ НА ПАРТИКУЛНАТА ТЕОРИЯ В ЧАСОВЕТЕ ПО РУСКИ ЕЗИК В БЪЛГАРСКИТЕ УЧИЛИЩА

<i>д-р Илия Солтиров</i>	143
AN ATTEMPT TO APPLY THE PARTICLE THEORY IN RUSSIAN LANGUAGE CLASSES IN BULGARIAN SCHOOLS	
<i>Pliya Soltirov, PhD</i>	143

ПРАГМАТОНИМИТЕ В ГРАДСКОТО ОНОМАСТИЧНО ПРОСТРАНСТВО

<i>ас. Златина Николова</i>	154
PRAGMATONYMS IN THE URBAN ONOMASTIC LANDSCAPE	
<i>Asst. Prof. Zlatina Nikolova</i>	154

ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНОСТ В ЧУЖДОЕЗИКОВОТО ОБУЧЕНИЕ – ЕЗИК, ИЗКУСТВО, ТВОРЧЕСТВО

<i>доц. д-р Мария Нейкова, гл. ас. д-р Милка Хаджикотева</i>	164
INTERDISCIPLINARITY IN FOREIGN LANGUAGE EDUCATION: LANGUAGE, ART, CREATIVITY	
<i>Assoc. Prof. Mariya Neykova, PhD, Asst. Prof. Milka Hadjikotaeva, PhD</i>	164

МУЗИКА И ТАНЦ

ФРЕНСКИ МОДЕРНИЗЪМ И ВЪЗПРИЕМАНЕТО НА ФРЕНСКАТА МУЗИКА ВЪВ ВИЕНА И БЕРЛИН В НАЧАЛОТО НА 20 ВЕК

<i>проф. Явор Конов, д.н.</i>	173
FRENCH MODERNISM AND THE RECEPTION OF FRENCH MUSIC IN VIENNA AND BERLIN AT THE BEGINNING OF 20TH CENTURY	
<i>professor Yavor Konov, PhD, ScD</i>	174

ОСНОВНИ ПРАВИЛА ПРИ ПРОУЧВАНЕТО И ЗАПИСВАНЕТО НА БЪЛГАРСКИ ТАНЦОВ ФОЛКЛОР НА ТЕРЕН	
<i>гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска</i>	185
BASIC RULES FOR RESEARCHING AND RECORDING BULGARIAN DANCE FOLKLORE IN THE FIELD	
<i>Asst. Prof. Margarita Krasteva-Stoychevska, PhD</i>	185

РЕЦЕНЗИИ И ПРОЕКТИ

ДОБРЕ ДОШЛИ В БЪЛГАРИЯ – РЕАЛНАТА ИЛИ НЕРЕАЛНАТА...	
<i>проф. д-р Милена Шушулова-Павлова</i>	197
ДНИ СЛАВЯНСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ И КУЛЬТУРЫ В ГДАНЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ	
<i>адъюнкт д-р Татьяна Кананович</i>	203
ДИГИТАЛНО ПОРТФОЛИО НА АНИМИРАНИ СЦЕНАРИИ ЗА ИГРИ	
<i>доц. д-р Полина Михова</i>	210
ПЪТУВАЩИТЕ СЕМИНАРИ КАТО КРОСКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ МЕЖДУ ДЕПАРТАМЕНТИТЕ В НБУ	
<i>доц. д-р Росица Бечева</i>	213
СПРАВКА ЗА АВТОРИТЕ	225

КОМУНИКАЦИЯ И ЕТИКЕТ

Е-КОМУНИКАЦИИ ВЪВ ВИРТУАЛЕН ЕКИПЕН КОНТЕКСТ – СПЕЦИФИЧНИ ИЗМЕРЕНИЯ И ОСНОВНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

проф. д-р Кристиян Хаджиев
Департамент „Администрация и управление“,
Нов български университет

Резюме. В доклада се изследват е-комуникациите и специфичните изисквания, свързани с избора на ефективни медийни платформи, адаптирани към дигиталния контекст. Те имат пряко въздействие върху социалните и междуличностните отношения във виртуална екипна среда и индиректно влияние (чрез работните и технологични процеси) върху ефективността на виртуалната екипна структура. Фокусът се поставя върху основните предизвикателства във виртуален контекст, свързани с интегрирането на синхронните и асинхронни комуникации в единна информационна структура (платформа), която да е адаптирана към „симбиозата“ на културното разнообразие в екипа. Анализира се способността на виртуалния екип да развива и поддържа мрежа от реципрочни социални и лични отношения, норми и доверие, които улесняват координацията и сътрудничеството. Ролята на е-лидерите е фундаментала в този процес, тъй като те използват информационните и комуникационните технологии като лост за постигане на адекватно ниво на комуникация, която създава или поддържа необходимите социални изме-

рения. Комуникациите адаптирани към екипните цели не могат да възникнат без определено ниво на доверие във виртуалните екипи.

Ключови думи: е-комуникации, медийна платформа, виртуален екип, е-лидери, социален капитал, културна и социална диференциация.

E-COMMUNICATIONS IN A VIRTUAL TEAM CONTEXT: SPECIFIC DIMENSIONS AND MAIN CHALLENGES

Professor Kristian Hadjiev, Ph.D

*Department of Administration and Management,
New Bulgarian University*

Abstract. The paper examines e-communications and the specific requirements related to the selection of effective media platforms adapted to the digital context. They have a direct impact on social and interpersonal relationships in a virtual team environment and an indirect impact (through work and technological processes) on the effectiveness of the virtual team structure. The focus is placed on the main challenges in a virtual context related to the integration of synchronous and asynchronous communications in a single information structure (platform) which is adapted to the “symbiosis“ of cultural diversity in the team. A virtual team’s ability to develop and maintain a network of reciprocal social and personal relationships, norms and trust that facilitate coordination and cooperation is analysed. The role of e-leaders is fundamental in this process since they use information and communication technologies as a lever to achieve an adequate level of communication that creates or maintains the necessary social dimensions. Communications tailored to team goals cannot occur without a certain level of trust in virtual teams.

Keywords: e-communications, media platform, virtual team, e-leaders, social capital, cultural and social differentiation.

ВЪВЕДЕНИЕ

Феноменът виртуални екипи е нова управленска парадигма на теория, но с доказана висока ефективност за социалната практика като устойчив и гъвкав инструмент. Информационните и комуникационни технологии трансформират икономиката, бизнеса и институциите в обществото. Новите възможности за генериране и предоставяне на информация променят начина на живот, на работа и мислене. Изискванията се увеличават на всяко ниво, от индивидуалното през екипното до глобалното. В съвременната както глобална, така и национална икономика властват рискът и несигурността. При научните изследвания настъпват процеси на еволюция на концепциите, промяна в нагласите и общоприетите истини, които водят до качествено развитие на натрупаното знание.

Бързите темпове на глобализацията, международната конкуренция и развитието на информационните и комуникационни технологии налагат бизнес организациите да прилагат нови управленски инструменти и методологии, чрез които в условията на виртуална среда от дистанция да се възползват от потенциала на ресурсите, технологиите и човешкия капитал. Виртуалните екипи са адекватният организационен модел във VUCA-среда¹ и непрекъснат натиск за промяна [1]. Те създават предпоставки за уникален баланс между бизнеса, техническата и социалната система. Членовете на виртуални екипи имат властта да модифицират техническите характеристики на своята работа и ежедневно си социално поведение, което води до минимизиране на разходите и максимизиране на непосредствените резултати.

Виртуалните екипи функционират в сложна работна среда. На членовете на екипа се дава възможност да използват различни умения, да изпълняват взаимосвързани задачи, да вземат важни решения и да получават адекватна обратна връзка за постигнатите резултати. Тази комбинация удовлетворява индивидите, които имат потребност от независимост,

¹ VUCA е акроним на Volatility (Нестабилност), Uncertainty (Несигурност), Complexity (Сложност) and Ambiguity (Неопределеност) – качества, които правят ситуацията или условието трудно за анализиране, реагиране или планиране. Като концепция в бизнеса, термина е взаимстван през 90-те години от американските военни сили, които чрез него идентифицират света в края на студената война. В управлението същността се изразява във възприемането на промяната като единствената константа в бизнеса.

отговорност и значими задачи.

Социалните потребности на участниците се изясняват в процеса на виртуално взаимодействие чрез информационните и комуникационни технологии. Те позволяват на членовете на екипа да поддържат връзка с външните групи, както и да идентифицират индивидуалните нагласи и потребности в границите на виртуалността, независимо дали те произтичат от характера на извършваната дейност. На тази база членовете на екипа структурират техническите задачи, разпределят роли и отговорности, като редовно търсят информация по въпроси, свързани с естеството на работа.

Подходът към функционирането на виртуални екипи еволюира. Той се концентрира върху неосезаемите аспекти, като процеси и резултати, ролите в икономическата среда и въздействието върху индивидите.

В доклада се изследват е-комуникациите и специфичните изисквания, свързани с избора на ефективни медийни платформи, адаптирани към дигиталния контекст. Те имат пряко въздействие върху социалните и междуличностните отношения във виртуална екипна среда и индиректно влияние (чрез работните и технологични процеси) върху ефективността на виртуалната екипна структура [1]. Фокусът се поставя върху основните предизвикателства във виртуален контекст, свързани с интегрирането на синхронните и асинхронни комуникации в единна информационна структура (платформа), която да е адаптирана към „симбиозата“ на културното разнообразие в екипа. Анализира се способността на виртуалния екип да развива и поддържа мрежа от реципрочни социални и лични отношения, норми и доверие, които улесняват координацията и сътрудничеството. Ролята на е-лидерите е фундаментала в този процес, тъй като те използват информационните и комуникационните технологии като лост за постигане на адекватно ниво на комуникация, която създава или поддържа необходимите социални измерения. Комуникациите адаптирани към екипните цели не могат да възникнат без определено ниво на доверие във виртуалните екипи.

1. Е-КОМУНИКАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА ВИРТУАЛНИ ЕКИПИ

Комуникацията е съществена и неразделна част от процеса на управление, която не трябва да бъде подценявана. Като социален процес комуникацията е най-широко свързана с функционирането на всяка група, организация или общество и е най-важната част от една социална система или организация. Комуникацията не е просто транслиране на съобщения. Тя включва пълния цикъл от разбиране, кодиране, предаване чрез някаква медия (канал), декодиране на информацията от реципиента и реакция чрез обратна връзка. Комуникацията в рамките на екипа, както и извън него е свързана с работния процес, със средата, със структурата на екипа и характеристиките на неговите членове.

Комуникацията непосредствено въздейства върху всички аспекти на работния процес във виртуална екипна среда. Безспорна е нейната роля за синхронизиране на дейностите, както и при инициране на промени. В тази насока е важно да се анализират стандартите за оценка на ефективността на междуличностните комуникации. В екипна виртуална среда основен критерий е регулярният и открит обмен на информация и идеи. В практиката на виртуалните екипи това намира конкретен израз във формално регламентирани едночасови онлайн седмични дискусии. Освен това при необходимост членовете на екипа всеки ден синхронно или асинхронно общуват помежду си. Чрез мултимедийни платформи те споделят всеки проблем, който възниква, и свободно се консултират. Не се обвиняват взаимно при регистриране на грешки, а търсят решения за минимизиране на последствията. На тази база членовете на виртуалните екипи изграждат взаимно доверие, което е ключът към ефикасната междуличностна комуникация.

От друга страна, в процеса на комуникация те развиват и допълнителни умения (технически и/или функционални) чрез анализа на „добрите практики“ в дейността на екипа. Това се отразява положително върху неговата работа и ефективност. По отношение на ресурсите ефектът е аналогичен и е свързан със създаването на оптимални условия за адекватното им използване.

В традиционните теории се застъпва тезата, че средата на екипа, структурата и индивидуалните характеристики на членовете се отразяват на комуникацията помежду им. При това се твърди, че процесът е двус-

транен и въздействието е взаимно [2].

Релевантни фактори на средата, свързани с комуникацията, са културата на организацията, ресурсите, квалификационните програми, информационната система и отношенията с ръководството. Организационната култура моделира мненията и идеите на членовете на екипа и следователно влияе на комуникационния процес. Тя може да създава среда на доверие, в която членовете на екипа се насърчават да общуват свободно, честно и открито, или да блокира процеса и индивидите да поставят под въпрос мотивите на другите и да не разкриват истинските си намерения.

Същевременно комуникацията в рамките на екипа формира културните нагласи. Двусмислена и неточна комуникация води до недоразумения и недоверие. Това от своя страна се отразява на културния профил на организацията.

Наличните ресурси са друга характеристика на средата, която влияе на комуникацията в екипа. Неадекватните компютърни системи редуцират наличните канали за комуникация. Физическото разположение на членовете на екипа също може да увеличи или намали информационния обмен.

Най-важният фактор на средата обаче, който силно се подценява от мениджмънта, са наличните средства за квалификация и развитие на комуникационни умения. Факт е, че членовете на виртуални екипи се нуждаят от много по-интензивна комуникация, отколкото ако функционират в условията на работни групи. Причината е, че първоначално нямат достатъчно личен опит и формална квалификация, необходими за ефективна комуникация. Това налага организациите да провеждат курсове за придобиване и развитие на специфични комуникационни умения.

Проучванията показват, че комуникациите в рамките на екипа и извън него са в пряка зависимост от интегрираната информационна система на организацията. Тя е средството, чрез което виртуалните екипи получават не само вътрешна, но и външна информация, свързана с идентифицирането на нови технологии, пазари, конкуренти.

Високото ниво на комуникация предполага и адекватна степен на информираност на членовете на екипа. На тази база те планират и инициират промени в продуктовата структура на производството, разпределят задачите и търсят нови технологични решения. Това се отразява положително върху ефективността на работния процес, като се създават предпоставки членовете на екипа да реализират пълния си потенциал от

знания, умения и способности.

Виртуалният екип не е абстрактно понятие. Неговото съществуване има смисъл, когато екипът реализира конкретни цели. Съществен етап от формирането му е разпределянето на ролите и отговорностите за изпълнение на дейностите. Това на практика е невъзможно без адекватни комуникации.

В частност релевантните структурни фактори на екипа включват общите норми, размера, състава и неговия ръководител. *Екипните норми* са тези дейности и процедури в рамките на екипа, които възникват и се развиват, без да са съзнателно планирани. Те могат да се отнасят до това колко често и редовно екипът да провежда брифинг. Това се отразява на общата комуникация. Освен това нормите могат, от една страна, да изискват всички членове на екипа да общуват свободно и открито да изразяват мнения и оценки, а от друга – ръководителят да доминира при обсъжданятията и дискусиите.

Общите норми могат да включват използването на ефективни комуникационни техники по време на екипния брифинг или да създават предпоставки за възникване на недоразумения и разпространение на невярна информация. Екипните норми определят очакванията на членовете на екипа за качеството и бързината на разпространение на информацията.

От друга страна чрез комуникацията общите норми се развиват. Интензивният обмен на идеи води до възприемането на нови практики в работния процес, което рефлектира върху екипните норми и те се променят.

Друг фактор, който се отразява на комуникацията, е размерът на екипа. При по-големи групи се увеличава рискът от комуникационни сривове и проблеми. Причината е, че в екипи, където работят много хора, комуникационният процес е доста сложен и възможността за погрешно интерпретиране на информация, идеи и съобщения е голяма. С нарастването на броя се увеличава и потенциалният риск от неразбирателство.

Друга структурна характеристика на екипа, важна за комуникацията във виртуален контекст, е свързана с ролята на ръководителя на екипа. Той не само трябва да владее до съвършенство основните управленски функции, но и да насърчава комуникационния процес в екипа. В едно свое изследване Брайтман идентифицира характеристиките на ръководителя на екипа, които стимулират комуникацията [3]. Те включват внимателно изслушване, адекватно обобщаване на идеи и нагласи, избягване на

свърхкритичност, насърчаване да се изказват мнения и оценки, открито разрешаване на противоречията.

Откритата и непрекъсната комуникация оказва положително въздействие върху процеса на вземане на решения. Свободният обмен на информация насърчава членовете на екипа да анализират всички гледни точки безпристрастно, което води до формулирането на набор от алтернативни варианти и процедури. Непосредственият резултат е, че при планиране на дейностите се увеличава вероятността за вземането на най-адекватното решение.

2. Е-КОМУНИКАЦИИ ВЪВ ВИРТУАЛНА СРЕДА – ИЗБОР НА КОМУНИКАЦИОННА ПЛАТФОРМА И СРЕДСТВА

Виртуалната комуникация се идентифицира като електронна комуникация (е-комуникация), която се реализира чрез компютърни системи и платформи. Тя представлява усъвършенстван технологичен начин за пренос на информация между източник и реципиент, като създава възможност за действие или трансфер на съдържание извън организационните граници, чрез разнообразни форми. Е-комуникацията се характеризира като интерактивен, сложен и ограничаващ процес на взаимодействие с всички заинтересовани страни. Обменът на информация и знания увеличава обема на взаимовръзките в системата. Това може да доведе до изтичане на данни и сложни преговори. Следователно комуникационната инфраструктура на организацията въздейства върху комуникационните процеси. Целта е да се осигури виртуалният обмен с избор на адекватни средства, които да поддържат високо качество не само на комуникацията, но и на социалните и междуличностните взаимоотношения. Лидерът на виртуалния екип трябва да се справи с тези предизвикателства и да отговаря за непосредствените резултати.

Типът на платформата е фундаментален за комуникационната ефективност и качество. Преди две десетилетия изборът на комуникационни средства в процеса на изграждане на виртуални екипи до голяма степен се свързва с технологичните ограничения.

Днес комуникационните платформи предлагат богатство и социално присъствие, което насърчава взаимодействията между членовете на виртуални екипи и имат положително влияние върху социалните отношения в рамките на екипа. Новите технологии създават възможности

за интегриране в платформата на иновативни софтуерни приложения за видео и аудио комуникации, веб-базирани системи за обучение и други решения, които трансформират виртуалността във физическа реалност в комуникационния процес. Качеството на избраните средства е основно, но върху ефективността на комуникациите въздействат и фактори като ниво на доверие, междуличностните отношения, културните различия, ръководството и лидерството. Виртуалната комуникация е средство за временно координиране на действия и изпълнение на задачи, което се свързва с предаване на визуални сигнали и много често е асинхронна.

Асинхронните комуникации се използват за трансфер на информация, а синхронните за споделяне на знания, идеи и съдържание. Всъщност синхронността предполага интерактивна комуникация на базата на информационно-комуникационните технологии. Това създава условия за обратна връзка в реално време и въвеждане на ритъм във виртуалните екипи. Изборът на комуникационна платформа (синхронна или асинхронна) се детерминира от културния модел. Синхронните взаимодействия се предпочитат от индивидуалистичните типове култури с ниски нива на избягване на несигурността, които използват открити (директни) комуникации. Асинхронната комуникация е характерна за колективистичните култури с високи нива на избягване на несигурността, които имат склонност към имплицитна (индиректна) комуникация. По този начин се намаляват културните и лингвистичните различия. Качеството на комуникациите и ефективността на информационния обмен не зависят само от технологиите и характеристиките на платформите, но и от нивото на социалните отношения във виртуалния екип.

Социално-организационният контекст на виртуалните екипи изисква различни форми на комуникационни средства. Едната група има свойството да редуцира „сигналите на социалната среда“, а другата позволява предаването на „високо ниво на невербални сигнали“ [4]. Технологичното развитие предлага „портфолио от информационни и комуникационни технологии (ИКТ)“ и различни инструменти: напр. подкастове и екипни класни стаи, които създават виртуално работно пространство за обмен на информация, директна синхронна комуникация и междуличностни взаимоотношения [5]. Интерактивните инструменти развиват чувството за общност и стимулират сътрудничеството във виртуална екипна среда. Чатовете обикновено се използват за комуникация от неформален тип, докато групите за дискусии и форумите са професионално ориентирани, тъй

като осигуряват продължителен достъп до данни и информация.

Изводът, който се налага, е, че членовете на виртуални екипи използват различни видове средства за постигане на конкретни информационни цели и гъвкави комуникационни практики, адаптирани към дейността във виртуален контекст.

Лидерите трябва непрекъснато да адаптират технологиите към контекстуалните параметри, като идентифицират потребностите на екипа по отношение на комуникационните средства на базата на характеристиките на състава и типа задачи.

Основните критерии при избора на адекватни средства са достъпността на комуникационната система, възможностите за намаляване на социалната дистанция и способността на технологиите за обмен на идеи и информация.

3. КОМУНИКАЦИЯ И СОЦИАЛЕН КАПИТАЛ – ОСНОВНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ВЪВ ВИРТУАЛЕН КОНТЕКСТ

Електронната комуникация създава и развива виртуалните взаимоотношения в рамките на екипа, като взаимодействията приемат различни форми въз основа на два основни фактора: време и пространство [6]. Процесът е сложен и в непосредствена зависимост от социалния капитал. На практика това е способността на екипната структура да развива и поддържа мрежа от реципрочни социални и лични отношения, норми и доверие, които улесняват координацията и сътрудничеството. Споделянето на ценности и норми само по себе си не произвежда социален капитал. Необходима е и култура на доверие и толерантност. Уменията да се идентифицират очакванията на индивидите в групата чрез онлайн комуникация е основен фактор за екипна ефективност.

Във виртуална среда комуникационните платформи трябва да осигуряват не само изпълнението на дейностите и задачите в работния процес, но и да стимулират междуличностните и социалните взаимоотношения, които са фундаментални при трансфера на знания, създаването на климат на сътрудничество и за намаляване на социалната дистанция. Идентифицирането на конкретни лостове за управление на виртуалните комуникации е основно предизвикателство пред съвременния мениджмънт.

Корпоративните комуникации и взаимодействия на глобално и ло-

кално ниво са инструмент за транслиране на управленски умения, ценности и опит. По този начин културата се разглежда като качествен ресурс на организацията за интензифициране на икономическата и управленската ефективност като важна предпоставка за реализиране на екипните цели.

Основните предизвикателства във виртуален контекст са свързани с интегрирането на синхронните и асинхронни комуникации в единна информационна структура (платформа), която да е адаптирана към „симбиозата“ на културното разнообразие в екипа. Електронните комуникации предполагат по-ниски нива на социално присъствие, което създава условия за недоразумения и нееднозначност. Освен това намалените невербални и невизуални комуникационни сигнали, свързани с използването на технологиите, обясняват причините, поради които виртуалните екипи се нуждаят от повече време за вземане на решения и за осигуряване на обратна връзка. Това разкрива две допълнителни предизвикателства за комуникацията във виртуален контекст: способността на обективните факти да въздействат върху процеса на вземане на решения и възможността за получаване на обратна връзка в реално време. Предоставянето и качеството на обратната връзка е ключов фактор в разрешаването на емоционални конфликти във виртуалните екипи. Преодоляването на информационната асиметрия в електронните комуникации е инструмент за екипно съвършенство. Това изисква баланс между комуникациите, ориентирани към задачите и социално-емоционалните взаимодействия. Размерът на групата допълнително въздейства върху ефективността на комуникационния процес. В екипната практика този проблем се решава чрез обособяването на подгрупи, като целта е да се създават адекватни условия за интензивни вътрешни взаимодействия и комуникации. Фактът обаче, че виртуалният екип се разделя на подгрупи не винаги гарантира устойчивост на резултатите. Това налага да се инициират програми за обучение и развитие на междуличностни комуникационни умения паралелно с използването на специализирани софтуерни системи, особено в многокултурна среда. Непосредствените ефекти са нови по-високи нива на индивидуална удовлетвореност и кохезия в екипа.

Ефективното управление на екипи трябва да се фокусира не само върху развиването на техническите и функционалните умения, но и на социалните междуличностни взаимоотношения, където комуникациите са основен инструмент. За да поддържа ефективни екипни резултати, ръководството трябва да прилага техническо ноу-хау, но и комуникационна

структура, изградена на базата на организационните норми и стандарти. Изводът, който се налага, е, че взаимовръзката между ролята на лидера, стратегията за социално-емоционална комуникация и избраните технологии са ключови компоненти за сътрудничеството и ефективността на виртуалните екипи.

Използвани източници

1. Hadzhiev, Kr. (2021). Upravlenie na virtualni ekipi-teoriya i metodologiya. NBU, p. 14-17.
2. Duarte, D. and Snyder, N. (2006). Mastering virtual teams: Strategies, tools, and technologies that succeed. Jossey-Bass, p. 22.
3. Brightman, H. J. (1988). Group problem solving: An improved managerial approach. Atlanta: Georgia State University, Business Publishing Division.
4. Sadowski-Rasters, G., Duysters, G. and Sadowski, B. M. (2006). Communication and cooperation in the virtual workplace: Teamwork in computer-mediated-communication. Edward Elgar Publishing.
5. Jawadi, N. and Boukef Charki, N. (2011). Niveaux de virtualite et performance des equipes: Proposition d'une approche multidimensionnelle d'evaluation. Systemes d'Information & Management, 16(4): 37-72.
6. The Project Management and A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide), PMI, Seventh Edition, 2021.

ЕТИКЕТ И ОБЩУВАНЕ В АКАДЕМИЧНА ВИРТУАЛНА СРЕДА

доц. д-р Мария Иванова

Департамент „Администрация и управление“;

Нов български университет

Резюме. Основните въпроси, които се обсъждат в този доклад са свързани с ефектите на академичния етикет или липсата на такъв върху процесите на преподаване и значимостта му за подобряване на общуването между студент и преподавател в он-лайн учебна среда. Дискутира се приемливото поведение на участниците в учебния процес при използване на ресурсите за виртуални срещи, телефонно обаждане и електронна поща. Отчита се негативният ефект върху участниците в процеса на комуникация при неспазване на етикета на академичната общност. Дадени са препоръки за усъвършенстване на общуването в академична виртуална среда чрез обучение на заинтересованите страни за нормите на поведение определени от етикета на академичната общност.

Ключови думи: дигитално обучение, виртуална университетска среда, етикет, академична общност, норми на поведение.

ETIQUETTE AND COMMUNICATION IN AN ACADEMIC VIRTUAL ENVIRONMENT

Assoc. Prof. Mariya Ivanova, PhD

Department of Administration and Management,

New Bulgarian University

Abstract. The main issues discussed in the article are related to the effects of academic etiquette, or the lack of it, on teaching processes and its importance for improving student-teacher communication in an online

learning environment. It discusses the acceptable behaviour of participants in the learning process when using the resources of virtual meetings, phone calls and e-mails. The negative effect of not observing academic community etiquette on the participants in the communication process is considered. Recommendations are made for improving communication in an academic virtual environment by educating stakeholders about the norms of behaviour defined by academic community etiquette.

Keywords: digital learning, virtual university environment, etiquette, academic community, norms of conduct.

ВЪВЕДЕНИЕ

Първата книга за етикет е написана още през 1788 г. от Адолф Фрайхер фон Книге (1752-1796), професор по канонично право и философ, роден в Бавария. В книгата „За общуването между хората“ са описани рамките на безупречно поведение в обществото определяно от добрия тон и изисканите обноски. Интересна е и съвременната интерпретация на неговите идеи в книгата на Силке Шнайдер-Флег „Етикет за всеки ден“, където читателят се запознава с правилата на изисканото поведение от класическите традиции до дигиталната комуникация.

Три са ключовите момента в тези творби, които предизвикаха размисли и вдъхновение за написването на настоящия доклад:

1. Основната идея на Адолф Фрайхер фон Книге за безпрепятственото, свободно и приятно общуване между хората от различни класи, ранг или произход чрез добрите обноски и тяхното прилагане на работното място, семейството, приятелските кръгове и обществото. И тук възникнаха въпросите: Актуални ли са тези идеи, от преди четири века, днес – сред академичната общност? Как се възприемат от съвременната младеж и студентите на Нов български университет?

2. „Принудата убива всяка благородна и доброволна преданост“ (Книге). Дали ако изискваме прекалено силно спазването на академичен етикет, няма да убием благородната преданост? Дали свободолюбивият

дух на поколение Z¹ и отричащото традициите поколение Y² (милениалите) ще възприемат да бъдат обучени в академичен етикет? Дали това изискване няма да убие свободното и открито общуване?

3. Споделяме мнението на Шнайдер-Флег [5], че и днес добрите обноси са неписани общоприети стандарти на поведение, които демонстрират, че човек е възпитан, любезен, вежлив и изтънчен. Променят ли се тези неписани правила на поведение във виртуалната университетска среда? Има ли сблъсък при общуване между различните поколения на академичната общност?

В търсене на отговор на горепоставените въпроси през ноември и декември на 2022 г. беше направено проучване на мнението на преподаватели в Нов български университет и студенти от магистърски и бакалаврска програма на департамент Администрация и управление. Приложената методология на изследване включва лични наблюдения на автора на този доклад, разговор във фокус група от студенти, неструктурирани интервюта и неформални разговори с академични преподаватели. Основната хипотеза, за която се търсят доказателства в процеса на изследване, е: етикетът на академичната общност съдържа ядро и периферия от поредица поведения. Ядрото от основни поведения е относително постоянно във времето и не зависи от промените в обществото, ценностите и технологиите. Тези основни поведения, приети като традиционни, трябва да се запазят и във виртуалната университетска среда, за да има ефективни и ползотворни резултати от общуването между студент и преподавател. Периферията на етикета се променя във времето, повлияна от промените във възприятията на поколенията за приемливо поведение и добри обноси в университетска среда. Всяко поколение дава своя принос и отражение във формирането на модерния етикет на общуване в академичната общност. Разбирането и спазването на тази комбинация от традиционни и модерни стандарти за поведение води до избягване на сблъсък и деструктивни конфликти между различните поколения в университета.

¹ Поколение Z се идентифицира с промяната. Те са креативни и предприемчиви и търсят удовлетворение в работата си. Отговорни са за своето здраве – спортуват редовно и подбират храната си внимателно. Мечтаят за собствен бизнес и звездна кариера. Пристрастени са към интернет и технологиите [7].

² Девизът на поколение Y е „Аз заслужавам!“. Имат високо самочувствие и обичат да са в центъра на вниманието. Масово използват технологиите и се интересуват от проблемите на човечеството. Ценят взаимоотношенията пред парите. Приемат динамиката на живота и пътуват постоянно [7].

1. ЕТИКЕТ, ОБЩНОСТ, ИДЕНТИЧНОСТ

Етикет е понятие включващо неписани **правила на общуване** (при определени обстоятелства и контекст) и **общоприети норми на поведение** в конкретна социална група или общност³, **базирани** на морални и етични норми и споделени ценности, **повлияни** от националната култура и личната идентичност⁴. Върху етикета оказват влияние историческото развитие на обществото като цяло, националните традиции и порядки и съответния контекст – бизнес среда, университетска среда, социално класова среда, етническа среда и др. Всяка общност има свой специфичен етикет [8].

2. ЕТИКЕТ НА АКАДЕМИЧНАТА ОБЩНОСТ

Етикетът на академичната общност⁵ днес се определя от общоприетите от университета норми на поведение и начини за комуникация във физическа или виртуална среда. Независимо, че етикетът по принцип се отнася до неписани правила и норми, можем да открием в писмени университетски документи характеристики на университетския етикет. Например, в стратегически и вътрешно университетски нормативни документи, етичен кодекс, политика за равнопоставеност между половете, европейска харта и кодекс на изследователите и др.

Целта на етикета на академичната общност е да се поддържат добри междуличностни отношения между преподаватели и студенти, между колеги от еднакви и различни йерархични нива и структурни единици, за да се гарантира ефективен учебен процес удовлетворяващ мисията на университета, целите на учебните програми и студентите. Етикетът на академичната общност не е статична категория и се променя във време-

³ Общността идентифицира група хора, които споделят общи интереси и имат сходно поведение обединени в една област. Обединението им в области определя типовете общности, като например световна, икономическа, кооперативна, професионална, академична общност.

⁴ Личната идентичност е самоопределението на личността, как сами виждаме себе си или как вярваме, че другите ни виждат, това, което ни кара да се чувстваме достойни [1].

⁵ Академична общност обединява всички, които имат взаимоотношения с университети, колежи, научно изследователски институти и академии.

то. Вярно е, че етикетът запазва основното си ядро от характеристики и елементи за дълъг период от време, а понякога от създаването на университета и до настоящия момент. Но правилата на етикета непрекъснато се развиват и променят с цел подобряване на дейността на университетите и обогатяване на академичната общност.

Академичният етикет изпълнява редица **задачи**, но една от най-важните е *демонстрирането на взаимно уважение, внимание, учтивост, почитеност и респект към академичния преподавател.*

Основни функции [3] на етикета са оценъчна, регулаторна, формираща, информационно-ориентиращата, мотивационна и емоционална.

Всяко поведение на субектите се оценява в съответствие с установените правила и се определя като справедливо или несправедливо. **Оценъчната функция** на етикета на академичната общност се проявява в оценката на взаимно приемливите за всички заинтересовани страни отношения, базирани на общоприети ценности; в оценката на протичането на учебния процес и съответствието му с утвърдените университетски принципи и правила; в оценяването на начините за отстраняване на нарушенията и умишленото избягване на правилата; в определяне на механизмите на отговорност за причинени щети и пропуснати ползи.

Регулаторната функция на етикета налага определени ограничения върху академичната общност, като подпомага постигането на целите, ефективното функциониране и развитие на университета, осигурява баланс във вътрешно университетската среда и взаимоотношенията му със заинтересованите страни и обществото.

Формиращата функция на академичния етикет се проявява чрез общоприетото поведение и моралът. Етикетът представя външната страна на поведението, онова, което е толкова забележимо, очевидно, отличително, че формира първите впечатления за човека. А тези впечатления са силни и в повечето случаи дълготрайни. Моралът оказва съществено влияние върху поведението на отделните субекти. Той формира у хората в университета ценности, качества, умения, убеждения, навици и способности, които допринасят за увеличаване ефективността на съвместната им научно изследователска и учебна дейност.

Етикетът има **информационно-ориентиращата функция**. От една страна етикетът дава информация за университета на заинтересованите страни, чрез своите характерни черти като символичен език, самоотразяване, култура. А от друга, етикетът ориентира студенти и преподава-

тели, кое е приемливото поведение в различните ситуации и в различните университетски пространства – учебни зали, библиотека, читалня, университетско неучебно свободно пространство, административни офиси, кабинети на университетски ръководители и структурни звена, как е позволено да се държи човек, как е правилно да постъпи и т.н.

Съществена роля за университетския комуникационен климат играе *мотивационната функция* на академичния етикет. Етикетът е израз на поведението на субектите и влияе непосредствено върху емоциите и чувствата им. Маниерите и обноските могат да се приемат, одобряват и подражават, но могат да предизвикат и негодувание, неприязън, агресия. И в двата случая етикетът мотивира – предизвиква положителни или отрицателни емоции, нагласи за съвместна работа или учене, представи и очаквания, потребност за комуникация със съответния човек или група от хора, или отказ от общуване.

Емоционалната функция определя етикета като приет, или отхвърлен, което възбужда преди всичко емоциите, а след това и чувствата. Възможна е ситуация, при която неприемливият етикет да възбуди неприятни емоции, но въпреки това интересът към университета или конкретен елемент от учебния процес да е много силен и поради това комуникацията да се осъществи. Но има вероятност, при повторение на тази ситуация на основата на емоционалната функция на етикета да отпадне мотивацията за подновяване на общуването.

3. ЕТИКЕТ И КОМУНИКАЦИЯ В СЪВРЕМЕННИЯ УНИВЕРСИТЕТ. НАСОКИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА ОБЩУВАНЕТО ПРЕПОДАВАТЕЛ-СТУДЕНТ ЧРЕЗ РАЗЛИЧНИ КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ

Етикетът в академичните среди е жизненоважна част от учебния процес и играе съществена роля за ефективната комуникация между преподавател и студент. Независимо дали преподавател и студент комуникират чрез имейл, телефон, видео-конферентен разговор, виртуална класна стая, асинхронна или синхронна онлайн дискусия, или по традиционния начин лице в лице, лошият етикет може да доведе до конфликт преподавател-студент, да навреди на ефективната комуникация, да накърни моралните академични ценности, да урони престижа на университета и имиджа

на академичната общност.

Това, че четвъртата индустриална революция позволи дигитализирането на учебния процес и създаде нови форми на комуникация [2], не означава, че всички правила на приличието в общуването могат да бъдат пренебрегнати.

3.1. Академичен етикет в писмената комуникация чрез електронна поща

Електронната поща се превърна в масово използван метод за комуникация поради възможността да бъдат изпращани писма по всяко време и от всяко място по света (стига да е наличен интернет). Въпреки че никой не може да отрече удобството на електронната поща, в определени случаи трябва да се устои на изкушението да се използва и да се намери най-подходящото средство за комуникация. ***Важна особеност на академичния етикет, свързана с комуникацията чрез електронна поща, е да се знае, кога да не се използва и-мейл.***

Електронната поща е подходяща, когато се представя кратка, точна и ясна информация и изисква категорични отговори с „да или не“.

Има ситуации, при които срещата лице в лице, видео конференцията или телефонното обаждане се оказват по-добър избор за осъществяване на ефективна комуникация. Какъв ще бъде избория комуникационен канал зависи от естеството на темата и до каква степен е важно и полезно да се прецени реакцията на получателя на съобщението. Електронната поща не е подходящо средство за общуване, когато ситуацията изисква да се отдели много време за дискусия или дебат, когато дискутираната информация е поверителна или чувствителна, има сериозен риск да бъде неразбрана или получателят да реагира враждебно и емоционално.

Например, когато се наблюдават често допускани грешки от повечето студенти в учебната група при разработването на дадено задание за текуща оценка. В този случай даването на обратна връзка лице в лице в групата носи по-висока добавена стойност за студентите, отколкото изпратена им такава чрез електронна поща. Наблюдава се първоначалната реакция на студентите и преподавателят има възможност да промени начина на представяне на негативните коментари, стила на изказване и структурата на обратната връзка. Постига се адекватно разбиране на допуснатите грешки, предоставя се пространство за дискусия и обсъждане

на причините за незадоволителното представяне, дават се насоки за допълнителни източници на знания, осигуряват се условия за създаване на самоподпомагащи се учебни групи и учене от опита на другите.

Когато разглеждат входящата си електронна поща, академичните преподаватели наблюдават едни и същи **грешки, които студентите често допускат**:

1. Писмо без тема, с прекалено дълго и неясно съдържание, с правописни грешки и без необходима идентификация на подателя.

Пример:

Здравейте, доц.,

Пиша Ви, относно записването за следващият семестър, тъй като за мен се оказа по-трудно отколкото очаквах, да мога да осигуря присъствието си в редовната форма на обучение, и бих желала да попитам, ако има възможност следващият семестър да продължи дистанционно. Последните няколко месеца нямаше как да присъствам на лекциите и по този начин изпускам материала, след това ми е по-трудно да правя поставените от вас задачи, представянето на проекти и всичко, което се извършва в часовете. По този начин, няма как да набавя нужният брой оценки и изисканото присъствие и обучението ми се обезсмисля.

Моля, да ми кажете дали има такава възможност и каква ще бъде процедурата, надявам се да не представлява голям проблем, но наистина няма как да продължи редовната форма на обучение.

Благодаря за разбирането.

Хубав ден!

2. Мейл без необходимата пълна идентификация на подателя, неприемливо фамилиарно отношение към получателя, при това се смесва при обръщението единствено и множествено число.

Пример:

Привет! Вчера говорихме с теб по телефона относно продължаването на магистърската ми програма. Днес ще пиша до декана за възстановяване на студентските права. Казахте да Ви пиша за да ми изпратите курсовете за записване. Благодаря предварително!

Факултетен номер (Доби Г. Д.)

3. Дълъг имейл, съдържащ прекалено много информация, излизаща извън контекста на основната тема.

4. Мейл с прекалено много въпроси, за отговора на които се изиска много време.

5. Мейл с привидно приемливо обръщение към преподавателя, но с въпроси изразяващи неуважение към учебния процес и преподавателя, с правописни и стилистични грешки.

Пример:

Здравейте, доц., изпращаме Ви тук груповият ни проект, защото не успяхме да го качим в мудъл. Искане и да Ви попитаме, дали ще взимаме нов материал утре и ако не, може ли да не присъстваме на лекцията, защото нашият проект е изцяло завършен?

Ще се радваме на вашата обратна връзка,

Поздрави,

Моника, Симона, Елена и Светла

6. Мейл с много ситен шрифт, включени неподходящи символи на имотикони, във формат на снимка.

Пример:

Здравейте,

Не успяхме да качим двата файла в мудъл, но довечера ще се доуточним. Мисля, че имената и факултетните ни номера са вписани във файла :) Благодарим за уточнението, довечера ще се видим.

Поздрави,

Моника

7. Писмо с правописни грешки, което кара читателя да се чуди дали трябва да се довери на представената информация.

8. Недопустим тон и условия на посланието, с които студентът прави опит да наложи нови правила за провеждане на изпит.

Пример:

Здравейте доц. д-р Казвам се К.М. Ф ххххх студент, който желае да си завърши образованието. Остават ми още 6 кредита за вземане и желая да завърша водения от вас курс ВАВВ636 Управление на човешките ресурси. Понеже ще се явявам на държавен изпит Април месец, бихте ли ми възложили задача за изпълнение, за да мога успешно да затворя курса.

Благодаря и хубав ден!

9. Писмо от студент изпратен до преподавател без необходимите реквизити за уважително обръщение към получателя на писмото, за

длъжността/званието и титла на преподавателя; с изискване за действия, които не са в компетенциите на преподавателя.

Пример:

Благодаря за отговора. Понеже живея във Франция от няколко месеца и ми предстои връщане към края на март, за да се явя за защита на дипломата, има ли възможност да ми предоставите задача, която да изпълня дистанционно + документ, че няколко години вече се занимавам с управление на човешки ресурси. Ще съм изключително благодарен.

Посочените примери са една малка част от комуникационната практика на студента с преподавателя. Подобни писма са доста досадни, като се има в предвид огромното количество писма, които всеки преподавател получава на ден. Липсата на основните реквизити на електронно писмо, като име, випуск и факултетен номер на подателя, курс и програма, в която се обучава, както и липсата на точна, достоверна и ясна информация, са сериозни препятствия пред разбирането на съдържанието и смисъла на изпратеното послание.

Как да се подобри комуникацията чрез електронна поща?

- Личният пример на преподавателя е добро начало.
- Студентът може да наблюдава имейл кореспонденцията си, като сравнява собствения си имейл етикет с имейл етикета на преподавателите. Подходът на наблюдение, сравнение и оценка ще повиши нивото на професионализъм в общуването, ще увеличи шансовете получателят да прочете съобщението навреме и да разбере правилно изпратеното послание.

- Преди да се състави имейл е необходимо да се обърне внимание на моментното емоционално състояние, защото след като се натисне бутона „изпрати“, няма възможност за връщане назад, както например във Viber съществува удобната функция „изтрий съобщението като невидимо за всички“. Скрити в електронното пространство, преподаватели и студенти често са способни да кажат неща, за които по-късно биха съжалявали – думи които не биха си позволили да споделят, когато са в университета лице в лице.

- Дори при добро настроение, си струва да се провери съдържанието на имейла преди изпращане, за да се гарантира правилен правопис, подходящия тон и стил на изказване. Фрази, които изглеждат в процеса на писане напълно учтиви, могат да се окажат неподходящи при повтор-

но прочитане на текста. Един обичайно учтив колега може да изглежда странно враждебен, когато думите му са лишени от езика на тялото и вокалната интонация при писмена комуникация.

- Имейлът не предава емоциите толкова добре, колкото разговор лице в лице или дори при телефонно обаждане. Получателят може да не е в състояние да разбере сериозността на посланието или вмъкнатата в имейла шега, както и емоцията на подателя. Затова е препоръчително да се избягват опитите за хумор и да се преформулира всичко, което читателят може да изтълкува неправилно.

- Човекът, с когото се общува чрез електронна поща, прави преценка за подателя въз основа на формулировката на текста, граматиката и структурата на посланието. Той няма достъп до физическите знаци, като облекло, дикция и диалекти си прави предположения за подателя въз основа на малкото информация, с която разполага: име на имейл адрес, име на подателя, правопис и употреба на думи. Ако целта е да се създаде добро впечатление, трябва много да се внимава не само със смисленото съдържание на текста, но и с уважителното обръщение към получателя, пълнотата на личната информация на подателя, структурното представяне на текста, спазване на правилата на деловата кореспонденция и университетските стандарти за писмена комуникация. Колкото и да изглежда излишно редовното представяне, чрез редовете „До:“ и „От:“, поздрав и подпис – без тях писмото изглежда неформално и неуважително. Нещо повече, за получателя е напълно неясно кой и какво очаква от него. Представете си преподавател с 10 курса на семестър, и във всеки курс средно по 50 студента. Това са общо 500 студента. Как преподавателят може да разпознае, кой е подателят на съобщението, което не носи отличителната информация за студента?!

- Ако студентът пише за първи път до преподавател, който не го познава или не е възможно да го помни, е необходимо да се съсредоточи върху самоидентификацията. В рамките на първите няколко реда студентът трябва да се представи кой е, какво иска, защо преподавателят трябва да му обърне внимание и да отговори на писмото. Съобразно академичния етикет се очаква в края на писмото подписът на студента. Повечето електронни пощи предоставят възможност за еднократно въвеждане на подходящ текст за представяне и имейл подпис, който автоматично се появява в края на всяко писмо. Тази част от писмото предоставя важна информация за контакт и най-често включва: трите имена на подателя, име-

то на учебната програма, випуска и факултетния номер, номер на мобилен телефон, адрес на лична електронна поща, а в допълнение може да бъде включено името на компанията, в която работи студентът, адрес на компанията, служебен телефонен номер и др. Други неща, които могат да бъдат включени, са длъжността, URL адрес за социална медия. Количеството представена информация не бива да бъде прекалено голямо и неплезно за получателя.

- В професионалните имейли, стойностния и уважителен имейл комуникатор, избягва вмъкването на емотикони, странни шрифтове и цветове на текста, писането на текст само с главни букви, поставянето на много удивителни или въпросителни знаци последователно, допускането на граматически, стилистични и правописни грешки. Странните шрифтове понякога могат да не бъдат прочетени от получателя поради липса на подходящи технически инструменти на софтуерната система. Текст, с цвят различен от черен, изглежда несериозен. Главните букви и удивителните знаци изразяват заповеднически тон, който може да създаде отрицателна емоция у получателя. А грешките говорят за небрежност и неуважение.

- Силно въздействие върху решението на получателя да отвори и прочете даден имейл е темата. Тя е кратка и точна, като обобщава най-важните детайли на съобщението. Повечето програми за електронна поща не предоставят голямо пространство за тема и за това изрязват дългите редове. В този случай има опасност темата да остане неясна, неразбираема и дори подвеждаща. Спешните и важни съобщения се маркират с предупреждение, особено ако се знае, че получателят е затрупан от много имейли. Ако информацията не е спешна и не изисква веднага отговор, темата се маркира с „Нисък приоритет“.

- Академичният етикет за кореспонденция не предполага обръщението към преподавател да е с малкото му име и още по неглежирано е да се използва умалително име или прякор. За предпочитане е обръщението да започва с „Уважаеми“ следвайки от титлата, званието или длъжността, научната степен и фамилията, вместо със „Здрасти“ и първото име.

- Качествено съдържание на писмото се създава, чрез изразяване на мислите по учтив и стилистично правлино структуриран начин. Думи като „моля“ и „благодаря“ в имейл имат същата висока стойност, както при среща разговор лице в лице. Дългите текстови блокове плашат читателите и се рискува да не бъдат прочетени и пропуснати важни подробности. Обобщаването, вместо дългите описания, и подходящото форматиране,

привличат вниманието на читателя към критични изводи. Прилагането на булети или номерирани списъци подобрява разбирането на ключовите дейности, въпросите или позициите на подателя от получателя.

- Поставянето на времева рамка за отговор на имейла предпазва от бездействие на ответната страна. Обратната връзка от получателя предпазва подателя от безпокойството, че имейлът не е получен. Електронните пощи дават възможност за настройка на автоматично съобщение за състоянието или местоположението на получателя. Този отговор потвърждава получаването, като същевременно уведомява подателя да не очаква бърз отговор.

С изобилието от имейли, получавани всеки ден, хората високо оценяват усилията, които уважават времето им. За това трябва да се избягват имейли с отговори без смисъл и съдържание, включително да се прецизират такива, които казват само „Страхотно“ или „Благодаря“. Препоръчително е, когато имейлът не изисква отговор, в края му да се включи фразата „Няма нужда да отговаряте“. Преди да се използва „отговор до всички“, е необходимо добре да се обмисли кой трябва да го види и да бъде насочен само към подходящите получатели. Същото се отнася и използването на СС или ВСС при изходящи съобщения – трябва да се определи кой наистина се нуждае от копие.

Щателната проверка гарантира, че всеки изпратен имейл е правилен от начало до край. Проверяват се отново преди изпращане на имейла подробности като дати и места, че обещаните прикачени файлове действително са прикачени и др. Непроверено писмо изпратено с грешки, води до писане на ново писмо за да се коригират допуснатите в предходното писмо, а това губи времето и на подателя, и на получателите, понякога води до объркване на получателите.

3.2. Академичен етикет при телефонен разговор

Често допускани грешки, които се наблюдават при телефонните разговори са свързани със следните сценарии:

- Преподавателят получава гласова поща от студент с неидентифициран номер. Студентът не се представя, или се представя само с малкото си име, говори бързо и неясно. Преподавателят си губи времето многократно да прослуша съобщението с надеждата да разбере, каква реакция се очаква от него след като чуе съобщението. В крайна сметка това се оказ-

ва безрезултатно и безсмислено загубено време и на двете страни.

- Студент звъни на преподавател и веднага прекъсва връзката, с намерението, че преподавателят е задължен да му върне обаждане.

- Студент прави телефонно запитване по учебна дисциплина към преподавател извън часовете за консултация и очаква да получи бърз отговор. Но понякога това е невъзможно поради други ангажименти на преподавателя или необходимост от справка за информация от компютърен файл или система.

- Студент започва разговор с преподавател, но в същото време получава телефонно обаждане от приятел. Студентът поставя на изчакване преподавателя, нещо повече – толкова дълго, че преподавателят се чуди дали телефонното обаждане е прекъснато или е някаква нелепа шега.

Тези и други подобни ситуации оказват силно емоционално въздействие върху участниците в телефонния разговор. Обикновено, водят до разочарование поради неуважение, до намаляване на отзивчивостта и нежелание за общуване, отказ от бъдеща комуникация и дори до конфликти. Фамилиарните отношения не се насърчават, независимо от това, колко добре се познават двете страни. Небрежните комуникационни умения, липсата на уважение към времето или личността на преподавателя или студента, лошото отношение един към друг не се допускат в университетска среда. Личният и университетски имидж страда и доверието към академичната общност намалява.

Спазването на академичен телефонен етикет е задължително, дори ако много рядко се налага да се провеждат разговори.

За това е препоръчително студентите да имат възможност (независимо под каква форма) да се запознаят с академичния етикет за телефонен разговор, да бъдат обучени как да се държат и разговарят, за да може да се изисква да се спазват съответните правила.

Успешните студенти и преподаватели дават приоритет на ползотворното изживяване от телефонния разговор. Те имат за цел да направят положително първо впечатление и да продължат да демонстрират значимостта на личността всеки път, когато общуват по между си.

Как да се подобри комуникацията чрез телефонно обаждане?

- Човекът, който осъществява повикването и този от приемащата страна на телефона, трябва да създадат условия за постигане на ясни, обмислени и ефективни резултати от телефонния разговор.

- Спазвайки вълшебното „три“ – в рамките на три позвънявания

е нормално да се отговори на входящо обаждане. Тази продължителност позволява на човек да събере мислите си, преди да отговори на повикването и в същото време да не предизвика нервно напрежение на обаждания се.

- Повикването може да не бъде прието, поради ред причини – обектът на разговор е извън рамките на университета, ангажиран е със служебни задачи, срещи и лекции, или се намира в друга непрекъсваема ситуация. В този случай е добре да бъде настроена гласова поща чрез опцията за оставяне на съобщение, която да се включи дори преди третото позвъняване. Няма смисъл обажданията се да изчакват ненужните позвънявания, когато могат да бъдат информирани директно за невъзможността да се осъществи телефонният разговор.

- Създаването на положително впечатление от самото начало е важно за ефективното телефонно общуване. Не трябва да се забравя, че човекът от другата страна на телефонната линия не може да види търсещия го. Без възможността да се наблюдава изражението на лицето или езикът на тялото, отговарящият формира преценка за обаждания се: въз основа на тона на гласа и смисъла на казаното – учтив, информативен и полезен, или напротив – неуважителен, груб, безполезен.

- Личното идентифициране, още със стартирането на разговора, дава възможност да се установи, до колко е осъществен правилният контакт и тогава да се продължи с ползотворен разговор. Без яснота дали ответникът е точният човек, се рискува да се предаде прекалено много информация, понякога твърде чувствителна и не само да се загуби времето на двете страни, но и информацията да попадне при неподходящия човек, който да я използва неправомерно с цел да навреди и на двете страни.

- Често срещан проблем при телефонната комуникация е неподходящо избраното място за провеждане на телефонен разговор заобиколено със силен фонов шум. Ако не може да се избегне шумът, то писменната комуникация чрез SMS или др. средства може да се окаже по удачна.

- Ако обаждането основателно трябва да бъде временно задържано, обаждания се трябва да поиска разрешението на ответното лице за това си действие. Задържането не бива да бъде по продължително от минута. Ако се окаже необходимо по-дълго изчакване, то ситуацията трябва да бъде обяснена, като се даде възможност за избор за продължение на задържането или за получаване на обратно повикване. Добрият етикет изисква да се благодари на изчакващия след като се прекрати задържане-

то. Това, което определено трябва да се избегне, е дългото време на чакане без никакъв контакт. Ще се предизвика разочарование от недоумението дали обаждането е забравено или прекъснато от телефонната система на мобилния оператор.

- Подобряване на комуникацията и имиджа са възможни, ако съобщенията са кратки, не толкова чести, но достатъчно информативни, съдържателни и стойностни, когато цялото внимание е насочено към разговора. В професионалните разговори или съобщения на гласовата поща не се включват вицове, музика или други несериозни материали. Недопустимо е храненето, четенето, страничните разговори с други лица по време на телефонен разговор. Концентрацията демонстрира уважение към човека от другата страна на линията и помага лесното осмисляне на казаното.

- Добрият етикет не допуска изпращане на заявка за обаждане или отговор на получена такава по време на лекции в зала, във виртуална класна стая, библиотека или друго академично пространство, където разговорът може да притесни и разконцентрира присъстващите. В тези случаи е полезна настройката на телефона за вибрация.

3.3. Етикет на академичната общност при видео разговори

В началото на пандемията академичният етикет и нормите за виртуални лекции и разговори все още бяха неясни и неустановени, както за студенти, така и за преподаватели. Но, виртуалните срещи в пост-пандемиологичния период са все по популярно и предпочитано средство за общуване. Това означава, че грешките и пропуските, които бяха относително приемливи в периода на здравна криза от 2020 до 2021г., сега предизвикват негодувание, възмущение и недоволство и за това са недопустими и неприемливи от академичния етикет.

Вече са категорично отрицателни отговорите на въпросите относно допустимо ли е студентът да яде чипс по време на виртуална работна среща или лекция, добре ли е да пие кафе или пуши наргиле, трябва ли да не включва камерата си, трябва ли да е облечен с домашни или оскъдни дрехи, да подрежда бюрото си или да почиства стаята си, да си играе с домашния любимец или друга игра, да се е излегнал на дивана или да си е вдигнал краката на бюрото.

За виртуалните работни срещи, консултации и лекции се прилагат същите правила на академичния етикет, които се прилагат в университетските зали. Установяването на зрителния контакт с виртуалната аудитория, кратките и ясни изказвания, вниманието към всеки участник и др. са основни характеристики на успешната виртуална класна стая. За да се гарантира позитивното въздействие на представянето, както и избягването на грешки по време на видеосрещите в BigBlueButton, Zoom, Skype или Microsoft Teams са необходими знания за функциите на съответната платформа. Например: как се задава фон, къде е бутонът за заглушаване, как се включва и изключва камерата, как се разделя виртуалното пространство за екипна работа и др. По-ранното включване във виртуалната среща предотвратява провала и при възникнали технически проблеми. Подобно на лекциите в зала, оповестяването на целите и плана на действие подобрява качеството на виртуалната класна стая. Предварителната подготовка на преподавателите и студентите е важен етап от провеждането на успешна виртуална среща, както и поддържането на фокуса върху темата на дискусия и учене по време на срещата. В предварителната подготовка освен съставянето на съдържанието на презентацията, важен елемент е удобното професионално облекло. Както не е прието да се влезе в зала с несресана коса по тениска и анцунг, така също не е прието и при видеоразговор. Спазването на времевите рамки в графика на учебния курс е важно и когато се работи виртуално. В по-малка учебна група срещата преминава по-гладко, както от техническа гледна точка, така и от гледна точка на самия разговор за постигане на учебните цели. Всички участници имат възможност да бъдат представени и приветствани. Един от начините да се направи това е да се приложи функцията за чакалня, ако платформата, има такава. Това е добър етикет при виртуална среща, при която е по-трудно предварителното запознаване с членовете на групата.

Ако се използва фон по време на виртуалната класна стая, трябва да се осигури чиста работна зона и чисто пространство зад гърба на всеки участник. Проверява се, какво има на заден план на камерата и се премахва всичко неподходящо или разсейващо. Осветлението също трябва да е подходящо. Камерата трябва да се коригирай, ако е твърде висока или твърде ниска. Тя трябва да е на нивото на очите, но може да се наложи проява на творчество, за да се повдигне в по-добра позиция. Продават се решения и продукти, които ще повдигнат камерата на правилната висо-

чина. Това ще позволи да се избегнат изкривените изгледи, предлагани от камера, която е под грешен ъгъл.

Много студенти и преподаватели работят дистанционно с пълна къща от любими хора и домашни любимци, които понякога създават фон-нов шум. Избягването на неудобни реплики или кучешки лай на заден план се постига чрез изключване на звука, не бива да се забравя включването му при стартиране на разговор. Необходимо е да се направи всичко възможно за да се избегне разсейването и да се насочи вниманието само върху конкретната виртуална учебна среща. Всички в дома трябва да бъдат предварително уведомени, че за известно време ще се провежда виртуална среща. Уговорката на сигнал с децата е удачна в тези случаи, за да се знае дали имат спешен случай или могат да изчакат.

При различни обстоятелства, дистанционната комуникация между преподаватели и студенти остава подходяща форма за провеждане на учебния процес, дори след като пандемията отмина. За това е необходимо да се усъвършенства академичния етикет за видеоразговори и да се обучават участниците от най-добрите практики.

4. ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

Етикетът на академичната общност е едно от ключовите средства за постигане на целите на университета.

Познанията по академичен етикет позволяват да се демонстрира увереност и достойнство в академичното общуване, да се преодолеят моментите на несигурност и да се комуникира така, че да се завърши успешно академичния диалог. За това е необходимо запознаването на участниците в университетските процеси с основните правила на етикета на академичната общност и спазването им в различните ситуации.

Основни изисквания на академичния етикет са: да не се подценява честността в отношенията; да не се издевателства върху личността; да не се отправят обиди и заплахи; шегите трябва да са в границите на допустимото; да не се уронва престижа на университета и имиджа на преподавателя.

Последиците от непрофесионалното поведение са бариери пред успешното дипломиране, възникнали конфликти, уронване на достойнство, имидж и репутация, загуба на престижни проекти, независимо от опита, професионализма или квалификацията.

Ключов елемент на академичното общуване, независимо къде, под каква форма и чрез какви средства се осъществява, включително и във виртуална среда, е поздравът. Той е израз на учтивост. Общоприето е по-нисшият по ранг да поздравява по-висшестоящия; по-младият да поздравява по-възрастния, а господинът да поздравява дамата. При среща на лица с различен социален статут, водеща е длъжността следвана от възрастта, пола и професионалното образование. Спазването на тези правила е форма на уважение.

Би било полезно студентите да преминат през кратък информационен курс на обучение по етика на академичната общност за да се формира знание за желаните типове поведения. С обучението в правилата на академичната етикета ще се намали и дори преодолее дискомфорта на несигурността и вечния страх от провал по време на учебния процес. Това ще гарантира по-високи резултати за подобряване на общуването в академична среда и преодоляване и избягване на вероятни конфликти. Периодът на усвояване на отделните маниери, създаване на навици, разбиране на нормите на поведение е индивидуален като продължителност и резултатност.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дефинираната основна хипотеза бе доказана напълно. Има основни традиционни поведения, които ако се проявяват във виртуалната университетска среда водят до ефективни и ползотворни резултати от общуването между студент и преподавател. Всяко поколение дава своя принос и отражение във формирането на модерния академичен етикет. Палитрата на личностните характеристики е богата и ситуациите, в които студенти и преподаватели попадат, им помагат постепенно да овладяват разнообразните норми и ценности, без да влизат в противоречие с тяхната индивидуалност. Ролята на преподавателя – да бъде пример за студента, е от особено значение, когато преподавателя се отнася към студентите по начин, по който самите преподаватели биха искали да се отнасят с тях.

Използвани източници

1. Дайнов, Е. (2018). Идентичност. В , Нов български университет, последно видяно на 5.01.2023 г. в <https://nbu-rechnik.nbu.bg/bg/obsht-spisyk-na-ponqtiq/identi-ch-nost>
2. Иванова, М. (2021). Дигитално образование по време на пандемия – възможности и ограничения, в *Сборник с научни доклади от международната научно-практическа конференция „Съвременните реалности – проблеми и перспективи“*, НБУ, София, Аскони издат, ISBN 978-954-383-137-1.
3. Кожухаров, Й. (2002). Етикет и протокол. Издател: Труд, ISBN 954-528-301-7.
4. Ланкастър, Лин К., Стилман, Дейвид (2004). Сблъсъкът на поколенията. Издателство Класика и Стил, ISBN 9549964795.
5. Шнайдер-Флег, Силке (2017). Етикет за всеки ден. Издателство Софтпрес, ISBN 9786191513550.
6. Dale, E. (1972). *Building a learning environment*. Bloomington, IN: Phi Delta Kappa Foundation.
7. Economy.bg (2019). Кои са поколенията Z, Y, X и бейби бумърите?, последно видяно на 23.01.2023 в <https://www.economy.bg/article/view/37047>
8. Post, Emily (1999). *Etiquette in Society, in Business, in Politics and at Home*, New York: Bartleby.com, in <https://www.bartleby.com/95/>

НОРМЫ РУССКОЙ СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ XVI-XVIII ВЕКОВ (СБОРНИК „ДОМОСТРОЙ“)

доц. д-р Ирина Георгиева
Департамент „Нова българистика“;
Нов български университет

Аннотация. В русской национальной картине мира отражается специфика семейных отношений, а также брачных традиций, которые в значительной степени зависят от русского характера, русской души, уникальной народопсихологии и образа жизни, и которые в значительной степени находятся под влиянием особого закона, распространенного единственно в России. Таким законом является „Домострой“. Этот свод житейских правил поведения формируется длительное время и интересен тем, что содержит правила по разным семейным вопросам, связанным с семьей, домохозяйством, религией. На основе этого источника можно воссоздать картину образа жизни русской семьи XVI-XVII веков, т.е. время до реформ императора Петра I. „Домострой“ – это письменный памятник неопределимого значения в русской истории и культуре, так как является зеркалом вечных нравственных устоев исконно русских семейных отношений.

Ключевые слова: Домострой, семейные отношения, народопсихология, русский характер.

NORMS OF RUSSIAN FAMILY LIFE OF 16TH-18TH CC. (DOMOSTROY COLLECTION)

Assoc. Prof. Irina Georgieva, PhD
Department of New Bulgarian Studies,
New Bulgarian University

Abstract. The Russian national picture of the world reflects the specificity of family relations and marriage traditions defined by the Russian character, Russian soul, unique psychology and lifestyle, being influenced by a special decree that is unique for Russia. Such a decree is “Domostroy”. This set of everyday rules of conduct was formed for a long time and is still interesting because it contains rules on various family issues related to the family, household and religion. On the basis of this source, a picture of the way of life of a Russian family of the 16th-17th centuries can be recreated, i.e. the time before the reforms of Emperor Peter I. “Domostoy” is a written monument of inestimable importance in Russian history and culture as it is a mirror of the eternal moral foundations of inherently Russian family relations.

Keywords: Domostroy, family relations, folk psychology, Russian character.

В русской языковой картине мира отражена специфика семейных и семейно-брачных традиций, которые в большой степени зависят от русского характера и от „загадочной“ русской души. Со другой стороны они неразрывно связаны с народопсихологией с образом жизни, находящихся под сильным влиянием широко распространенного только на руси специфического сборника XVI в., названного „Домострой“, чье полное название гласит: „Книга, названная Домострой, которая содержит полезные сведения, поучени и наставления для каждого христианина – и для мужа, и для жены, и для детей, и для слуг, и для служанок“. Сборник является своеобразным „учебником“ как правильного „создать свой дом“. Этот текст появляется в эпоху позднего средневековья. Автором является новгородский священник Сильвестр, член „Избранной рады“ – этим термином пользо-

вались для обозначения круга лиц, приближенных к царю Ивану Грозному, занимающему престол в период с 1540 по 1550 год. Целью этого круга влиятельных сотрудников было осуществление преобразований, ставших известными под именем „Реформы середины XVI века“. Основной задачей являлось укрепление и централизация государственной власти.

Сильвестр Благовещенский духовное лицо, писатель и переводчик. В 1540-1550 году он пользуется большим влиянием при царе Иване Грозном, является его личным духовником и советником. Первоначально был священником в московском Благовещенском храме, а затем включен в состав Избранной рады. Считается, что Сильвестр является автором второй редакции возникнувшего несколько десятилетий раньше замечательного русского энциклопедического произведения, чья древнейшая рукопись состоялась около 1600 года.

В наши дни в России наблюдается процесс переосмысления и реабилитации всего того, что до недавнего времени было подвергнуто критике и полностью отрицалось, часто даже не вникая в сущность какого-то определенного произведения.

Это случается и с памятником средневековой русской литературы XVI века, являющегося долгое время синонимом „темного царства“ в России, что совершенно не соответствует реальному содержанию этой уникальной книги, в которой сконцентрировано духовное мироощущение того времени.

ДОМОСТРОЙ: НОРМЫ СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ НА РУСИ

Литературный памятник эпохи Ивана Грозного полтора столетия был настольной книгой для подданных Русского Царства.

«Утром, когда я, встав от сна, стою перед зеркалом и надеваю галстух, ко мне тихо и чинно входят теща, жена и свояченица. Они становятся в ряд и, почтительно улыбаясь, поздравляют меня с добрым утром. Я киваю им головой и читаю речь, в которой объясняю им, что глава дома – я». Так начинается известный рассказ Антона Чехова «Мой Домострой», в котором главный герой описывает свой типичный из жизни по наставлению протопопа Сильвестра.

«Домострой» в том виде, в котором мы его знаем, был создан для воспитания молодого царя Ивана Васильевича, будущего Грозного, в середине XVI века. Исследователи прослеживают корни этого русского бест-

селлера в Великом Новгороде, где традиция религиозно-нравственных сочинений была развита задолго до эпохи Московского государства.

Это произведение возникло не сразу, „не на пустом месте“. На Руси издавна создавали всевозможные «поучения», где авторы стремились передать потомкам свой опыт в государственном строительстве и отношениях с другими людьми. Безусловно, самый известный пример такого произведения – это «Поучения Владимира Мономаха». Однако «Домострой» стал первой «настойной» книгой, написанной на практические темы максимально понятно для своего читателя: автор использовал обыденный язык, а не только церковнославянский.

Для современного русского человека «жить по Домострою» – значит, руководствоваться принципами глубокой старины. Зачастую это выражение носит негативный оттенок – особенно когда дело касается гендерных ролей в обществе и в отношениях внутри семьи.

В ходе истории, с развитием культуры в русской семейной традиции создаются образы-стереотипы супругов, които сформировали пословицы и поговорки в соответствии с национальным менталитетом, с психологией и трудовым опытом и образом жизни народа. В русской языковой картине мира запечатлены традиционные образы, описанные прилагательными добрый, хороший, красивый, злой и плохой. В русских пословицах и поговорках наблюдается сопоставительное описание стереотипных образов «добрая, хорошая жена» и «злая, плохая жена», например: *Добрую жену взять – ни скуки, ни горя не знать; Добрая жена да жирные щи – другого добра не ищи; С доброй женой горе – полгоря, а радость – вдвойне; Для щей люди женятся, а от добрых жен постригаются; Добрая жена дом бережет, а плохая рукавом разнесет /растрясетм; Добрая жена хозяйству научает, а злая от дома отлучает; Жену хорошую взять – много станут знать, а худую – нельзя в люди показать; От плохой жены состареешь, от хорошей помолодеешь; Злая жена – та же змея; Злая жена – поборница греху; Всех злее злых злая жена; Злая жена сведет мужа с ума; Лучшие жить со змеєю, чем со злою женою; Лучшие хлеб есть с водою, чем жить со злою женою; Лучшие камень долбить, нежели злую жену учить* и т.н. Красных (1999). Образ супруги, сформированный жизненным опытом русского народа, в значительной степени ассоциируется с семейной жизнью. Хорошая жена должна быть трудолюбивой, хорошей хозяйкой, заботиться о семье, и тогда рядом с не муж становится моложе и веселее. Наоборот, если жена злая, как змея, она вносит в семью только грех, зло, муку и печаль. В русс-

кой семейной традиции красота жены не в ее внешности, а в умении хозяйничать. Например: *Красную жену не в стенку врезать; Красотой сыт не будешь; На хорошую глядеть хорошо, а с умною жить хорошо; Женщине красота – домостройство; Не наряд жену красит – домостройство.* Конечно, это оказывает большое влияние на русские семейные традиции XVI века и наблюдается и в наши дни. В русских пословицах и поговорках также в качестве ключевых слов присутствуют образы «умный муж» и «плохой муж». Например: *У умного мужа и глупая жена досужа; На хорошего глядеть хорошо, а с умным жить легко; У плохого мужа жена всегда дура; Худ муж в могилу, а жена по дворам.* Надо отметить, что существуют образы-метафоры супругов, являющиеся важным компонентом в русской семейной традиции. Метафора – один из способов создания национальной языковой картины мира. В русской языковой картине мира появляется интересная метафора образов супругов путем описания разных частей тела человека. Например: *Муж–голова, жена–душа; Муж–голова, жена–шея, куда захочет, туда и повернет.* Очевидно, что муж в традиционной русской семье играет ведущую роль, а жена – вспомогательную. Как говорится: *Муж в дому, что глава на церкви; Мужик в семье, что матица в избе; Муж жене – отец, жена мужу – венец; Баба без мужа – что хомут без гужа; Без жены, как без шапки.* Все эти пословицы и поговорки недвусмысленно иллюстрируют патриархальные семейные отношения в древней Руси.

В наши дни наблюдается традиция, когда муж находится в полном подчинении своей жены. В русском языке есть метафора, что муж как Иван Васин, а пословица гласит: *„Как Иван Васин – на все согласен“*, т.е. бесхарактерный муж, со слабым характером, „тряпка“, полностью подчинен жене, без собственного мнения, ему не хватает традиционно мужских качеств. Следовательно, один и тот же образ обрисован разными метафорами, связанными с психологией и жизненным опытом народа: «Метафоры-названия животного мира занимают центральное место в общем числе образных характеристик и это совершенно естественно, так как с этими номинативными характеристиками связаны представления народов о живых существах с присущими им особенностями поведения, которые занимают устойчивое и значимое место в сознании» Нгапут Жан-ален (2007). В этом смысле образы супругов в русской традиции часто воплощаются в метафору домашних птиц. В русских пословицах и поговорках говорится, что *Мало мира в том доме, где курица поет, а петух молчит;*

Не мужик, а мокрая курица; Корова телится, а бык ревет; Муж без жены – что гусь без воды; Муж без жены – что конь без узды; Курица – не птица, баба – не человек; Хозяйка в доме – что пчела в саду. Иногда жену в русской семье называют именами хищных животных, таких как акула, тигрица, и как мы уже упоминали, змея. Несомненно, несмотря на сходную этическую оценку в образах-метафорах супругов, она находит специфическое выражение и отражает своеобразный национальный менталитет в семейных традициях. Традиционно в русской семье родители давали согласие на заключение брака, о чем говорят такие выражения как *„воля батюшкина, нега матушкина“*. В русской лингвокультуре формируется возрастная норма для заключения брака: *«Старый муж и молодая жена»*. Например: *Любит жена и старого мужа, коли не ревнив; Муж стар, а жена молода – дождись детей; муж молод, а жена стара – дождись плетей.* Интересно, че встречается и противоположная норма. Например: *Старого любить – только дни губить; Старый конь на убой, старый муж на смех.* Кажется, что эти разнонаправленные нормы указывают на то, что в процессе опознания мира человек непрестанно развивается, меняет картину мира и это случается довольно быстро. Однако языковая картина мира закономерно меняется значительно медленнее, она консервативна и долгое время сохраняет архаичные элементы более ранних картин. Эти элементы являются основой для создания новой картины мира, они наполняются новым смыслом и содержанием в процессе познания. В то же время „языковая картина мира может содержать в себе одновременно и устаревшие и новые картины“ Гончарова (2012). Таким образом, в ходе культурно-исторического прогресса в языковой картине мира наблюдаются вариативные тенденции. Предпочтения в выборе брачного партнера включают такие параметры, как ум, способности, качества, хорошая репутация и др. В русских семейных традициях критерии выбора пары проявляются в следующем: *Не с богатством жить – с человеком; Не найдешь паренька – выйдешь и за пенька; Жену выбирай не глазами, а ушами (по доброй славе); Выбирай жену не в хороводе, а в огороде; Выбирай корову по рогам, а девку по родам (по родителям).*

По русским семейным традициям выбор брачной пары связан с такими качествами как ум, взгляды на жизнь, хорошая репутация, трудолюбие, особенно по отношению к девушке. В современной России, однако, с развитием общества, молодые выбирают себе пару по собственному желанию. Брак – это большая радость для каждой семьи и важное событие в

семейных традициях. В русском языке встречаются пословицы: *Женитьба есть, а разженитьбы нет; Женаты – богаты, холосты – бедны; Лучшие с мужем, нежели с чужим* и т.н. В русских семейных традициях брак является святым, вечным и прекрасным, а молодым лучше рано жениться. Русские считают, что *„Не то беда, что рано родила, а то беда, что поздно обвенчалась; Жениться скорее – в дому прибыльнее; Бабы каются, девки замуж собираются.*

10 ЗАПОВЕДЕЙ – ОСНОВА ХРИСТИАНСКОЙ ЖИЗНИ

Автор «Домостроя» уделял огромное внимание вопросам веры. Тому, как правильно почитать Бога, поклоняться святым мощам, вести себя во время богослужений, уделена большая часть произведения. Исследователи отмечают, что идея создания «Домостроя» возникла на основе восточно-христианских произведений «отцов церкви»: поучениях Иоанна Златоуста и императора Василия Великого.

Для Сильвестра главное условие семейного благополучия – соблюдение заповедей божьих. Автор специально пересказывает основные наставления из Ветхого Завета, т.е. 10 божьих заповедей: «...не красть, не блудить, не лгать, не клеветать, не завидовать, не обижать, не наушничать, на чужое не посягать, не осуждать, не бражничать, не высмеивать, не помнить зла, ни на кого не гневаться, к старшим быть послушным и покорным, к средним – дружелюбным, к младшим и убогим – приветливым и милостивым, всякое дело править без волокиты и особенно не обижать в оплате работника, всякую же обиду с благодарностью претерпеть ради Бога...».

«ОТЦЫ И ДЕТИ»: ВЕРСИЯ СИЛЬВЕСТРА

Одна из главных идей «Домостроя» заключалась в наставлении хозяину дома в воспитании своих домочадцев. Сильвестр писал о строгой иерархии, которой должны были придерживаться все члены семьи. В соответствии с христианской моралью это означало беспрекословное подчинение детей воле своего отца. Но и глава семейства должен был чувствовать ответственность за свою семью. «...а пошлет Бог кому детей – сыновей или дочерей, то заботиться о чадах своих отцу и матери, обеспечить их и воспитать в добром поучении; учить страху Божию и вежливости и

всякому порядку, а затем, по детям смотря и по возрасту, их учить рукоделию – мать дочерей и мастерству – отец сыновей...». Конечно, воспитание детей держалось на страхе и подчинении. Поэтому физические методы принуждения не отвергались, но их применение не должно было выходить из разумных пределов. Цена плохого воспитания казалась высокой – гнев Божий и упреки соседей.

Дети же, согласно заповедям, должны были почитать своих родителей. Кроме подчинения в юношеские годы, Сильвестр требовал от чад ухаживать за отцом и матерью и в глубокой старости. Кроме детей, частью семьи считались и слуги, за которыми хозяин дома должен был ухаживать не меньше, чем за своими детьми. За хорошую работу их следовало хвалить, причём прилюдно, а за промахи и ошибки – наказывать, разрешалось даже физическое насилие. Но, как говорится в русской пословице: бьёт – значит любит!

ЖЕНСКОЕ СЧАСТЬЕ – ПОКОРНОСТЬ И ИНИЦИАТИВНОСТЬ

Согласно строгой иерархии «Домостроя», жена должна беспрекословно подчиняться своему мужу, быть верной и терпеть наказания, в том числе и физические, если они оправданы её поведением. На ней также лежит практически всё домашнее хозяйство и воспитание детей. На первый взгляд кажется, что более тяжёлой судьбы трудно придумать.

Но не всё так просто, как выглядит первоначально. Почти полностью подчиняясь своему супругу, жена занимала второе место в семейной иерархии. Ей подчинялась большая часть слуг, если такие в хозяйстве имелись, на её плечах, как уже было сказано, держалось хозяйство, а вопросы, которые касались ведения домашней экономики, глава семьи обязан был обсуждать со своей супругой.

Несмотря на то, что фактически на жене находилось всё хозяйство и она была должна владеть многочисленными ремесленными профессиями (прядение, ткачество, шитьё, не считая приготовления еды и её хранения), супруга обладала инициативой в экономическом планировании. Излишки произведённых изделий жена могла реализовать на рынке, не советуясь с мужем.

ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО: ИНСТРУКЦИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

Ведению домашнего хозяйства автор «Домостроя» уделил много внимания. В какой-то степени это произведение можно считать настольной книгой для тех домовладельцев, кто хотел достичь успехов в обустройстве своего дома и приумножении богатства, не вступая в противоречия с христианской моралью и этикой. Текст Сильвестра полон как общими советами, так и конкретными наставлениями: например, как украсить дом святыми образами или какие указания следует дать тем или иным слугам.

Вообще для историков «Домострой» является очень ценным историческим источником, с помощью которого можно легко реконструировать жизнь русских семей в позднее Средневековье и раннее Новое время. Самые разные советы, даваемые в тексте Сильвестра, позволяют понять, как подданные царя готовились к приходу зимы, как предпочитали одеваться, как собирали приданое – и многое другое.

Во многом именно «Домострой» оставался источником основных правил поведения в обществе вплоть до знаменитых реформ Петра Великого. Тогда, по указанию царя, придворными был подготовлен педагогический труд «Юности честное зерцало», в который входил свод правил поведения и норм этикета, актуального уже для новой эпохи в истории России.

В сборнике „Домострой“ мы видим фрагменты русской семейной картины мира, которые показывают недвусмысленно, что общечеловеческий опыт является фоном для изучения семейных и брачных традиций народов мира. Вместе с тем особенности и своеобразие этих традиций отражаются в русских источниках и документах. Национально-специфические компоненты, такие как образы на «мужа» и «жены», выбор брачного партнера, брачные и эмоциональные отношения, нравственные нормы между супругами запечатлены в русском языке путем обновления определенных ситуации, стереотипных представлений, национального менталитета и народопсихологии, а также через опыт познания.

На чем же основано это своеобразие русской семейной картины мира?

Похоже, что оно прежде всего прячется в специфической психо-

логии русского народа, в его характере, русской душе, народопсихологии и образе жизни, сохранившихся во времени под влиянием канонов „Домостроя“.

Библиографический список

1. Гончарова Н. Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания. Известия Тульского государственного университета. – 2012. – № 2. – С.400.
2. Го Пинтин. Репрезентация семейно-брачных традиций в русской языковой картине мира /на фоне китайской языковой картины мира/. Вестник Башкирского университета. – 2016. – Т.21. – №4. – С.979.
3. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», – 2003. – С.108.
4. Илчева Р. Демон Мороз. – В: За смысла на догадките. Сборник в чест на доцент д-р Румяна Евтимова. С. – 2019. – С. 66-76.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность /отв. ред. член-кор. Д. Н. Шмелев. М. Наука. – 1987. – С.43.
6. Красных В. В. Стереотипы: Необходимая реальность или мнимая необходимость. //Мат-лы IX Конгресса МАПРЯЛ: Доклады и сообщения российских ученых. М. – 1999.
7. Мартынова А. Н. и Митрофанова В. В. Пословицы, поговорки, загадки. М.: изд-во «Современник» – 1986. – С.211–216.
8. Нгапут Жан-ален. Метафора в языковой картине мира. Знание. Понимание. Умение. – 2007. – №3. – С.182.
9. Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: ООО «А ТЕМП» – 2013. – С.342.
10. Русские пословицы и поговорки /под ред. В. П. Аникина. М.: Художественная литература. – 1988. – С.431.
11. Саяхова Л. Г. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация. Уфа: РИЦ БашГУ. – 2014. – С. 25.
12. Сергеева А. В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. М.: Флинта:Наука. – 2004. – С.105–112.
13. Хайруллина Р. Х. Фразеологическая картина мира: от мировидения к миропониманию. Уфа: изд-во БГПУ. – 2001. – С. 33.

МЕТАФОРА В РУССКОЙ И БОЛГАРСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ: АКТУАЛИЗИРУЕМЫЕ ПРИЗНАКИ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

д-р Радостина Стоянова

Белградский университет, Сербия

Институт болгарского языка имени проф. Любомира

Андрейчина, Болгарская академия наук, Болгария

Аннотация. Данное исследование посвящено анализу актуализируемых признаков терминологических фразеологизмов в русском и болгарском языках. Анализ терминологических фразеологизмов, отобранных методом сплошной выборки, позволил определить самые продуктивные признаки, которые актуализуются в процессе терминообразования – качественно-характеризующий признак, локативный признак и акциональный признак.

Ключевые слова: метафора; актуализируемый признак; терминология; терминологический фразеологизм; экономика.

METAPHOR IN RUSSIAN AND BULGARIAN ECONOMIC TERMINOLOGY: ACTUALIZED SIGNS OF TERMINOLOGICAL PHRASEOLOGICAL UNITS

Radostina Stoyanova, Ph.D

University of Belgrad, Serbia

*Institute for Bulgarian Language «Prof. Lyubomir
Andreychin», Bulgarian Academy of Sciences, Bulgaria*

Abstract. The present study is devoted to the analysis of actualized features of terminological phraseological units in Russian and Bulgarian languages. The analysis of terminological phraseological units, selected by the continuous sampling method, made it possible to determine the most productive features that are updated in the process of term formation – a qualitative characterizing feature, a locational feature and an action feature.

Keywords: metaphor; qualitative characterizing feature; terminology; terminological phraseologisms; economy.

Когнитивная теория исследования метафоры, основу которой заложили Дж. Лакофф и М. Джонсон, является лидирующей в современной лингвистике. Исследователи утверждают, что «метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» [1]. Таким образом, метафоризация представляет собой главный способ концептуализации действительности.

Когнитивная метафора (концептуальная метафора; *cognitive/conceptual metaphor*) рассматривается как «одна из форм концептуализации, когнитивный процесс, который выражает и формирует новые понятия и без которого невозможно получение нового знания» [2].

Теория концептуальной метафоры выдвигает положение о том, что метафоризация базируется на процессе взаимодействия между структурами знаний (фреймами и сценариями) двух концептуальных доме-

нов – сферы-источника (source domain) и сферы-мишени (target domain). «В результате однонаправленной метафорической проекции (metaphorical mapping) из сферы-источника в сферу-мишень сформировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры» [3: 22].

Э. МакКормак определяет научную метафору как «познавательный процесс, необходимый для передачи новизны знания» [4: 362].

Теория любой научной сферы, как отмечает Д.А. Вилден, является сетью метафор [5], а современная экономическая терминология только подтверждает сказанное. Более того – «экономическая терминосистема является одной из наиболее метафоризированных видов терминосистем» [6: 40].

М. Попова подчеркивает, что метафора представляет собой «универсальный способ включения уже существующих языковых ресурсов, обычно слов и словосочетаний, в терминологическую номинацию, в процессе которого они начинают выполнять вторичную номинационную функцию» [7: 349].

Данная работа основывается на проделанном нами анализе метафорических терминологических единиц и проводится на базе предложенной А. П. Чудиновым [8: 248] типологии продуктивных метафорических моделей. Нами было установлено [6: 37-59], что при номинации экономических концептов больше всего применяется природоморфная метафорическая модель (общее количество 119: болг. *зелен акредитив* – рус. *аккредитив с зелёной оговоркой* < англ. *green clause letter of credit / green clause credit* и др.). По продуктивности за ней следует антропоморфная метафорическая модель (общее количество 96: болг. *съживяване на финансите* – рус. *оживление финансов* < англ. *revitalizing finance* и др.). Следующее место по частотности номинации экономических реалий отводится социоморфной метафорической модели (общее количество 59: рус. «*холодная вербовка*» < англ. *cold canvassing* и др.) Наименьшей частотностью при номинации концептов в экономической сфере характеризуется артефактная метафорическая модель (общее количество 40: болг. *суши облигация* – рус. *облигация суши / суши-облигация* < англ. *sushi bond* и др.).

В настоящем исследовании рассмотрим актуализируемые признаки терминологических фразеологизмов в русском и болгарском языках.

Терминологические фразеологизмы описываются как устойчивые сочетания, возникшие на основе терминов или профессионализмов. Данные языковые явления встречаются на всех уровнях языкового субстрата в профессиональной речи, а именно: в терминологической системе (рус. *чёрный маклер* и др.), в устной профессиональной лексике (болг. *златен парашут / златни парашути* – рус. *золотой парашют / золотые парашюты* (сленг) и др.), в профессиональном жаргоне (рус. «*жертва продольной пилы*» (жарг.) и др.) [9: 174; 6: 40-41].

По мнению Н.Д. Арутюновой [10:5-23] и Т.И. Вендиной [11: 27-49] самыми продуктивными в процессе терминообразования являются следующие признаки: *качественно-характеризующий признак*, который отражает первичный уровень знания, связанный с субъективным восприятием качеств и свойств означаемого объекта, субъекта или явления; *локативный признак*, который дает представление о локализации объекта или субъекта в пространстве и времени; *акциональный признак*, который описывает действие. Т.И. Вендина подчеркивает, что «выбор актуализируемых признаков не является случайным, а носит системный характер, давая представление о мировидении, мирочувствовании и мирозерцании носителей языка» [11: 27].

Материалом настоящего исследования является корпус терминологических фразеологизмов общим объемом 314 терминологических единиц, отобранных методом сплошной выборки из разных словарей [12], [13], [14], [15], [16].

Анализ признаков терминологических фразеологизмов экономической сферы деятельности сделан на базе классификации актуализируемых признаков, предложенной Н.Д. Арутюновой [10: 5-23].

В метафорических моделях чаще всего встречаются терминологические единицы, в которых актуализуются *качественно-характеризующие* (рус. *бумажный баррель* < англ. *paper barrel* – из природоморфной модели; рус. *анемичная компания* < англ. *bleeding company* и др. – из антропоморфной метафорической модели; рус. *золотой пинок* < англ. *golden boot*; рус. *завоевательный маркетинг* < англ. *takeover marketing*; рус. *карательная стадия инвестирования* < англ. *punitive investment round* и др. – из социоморфной метафорической модели) и *акциональные* (рус. *истекающая кровью компания* < англ. *hemorrhaging company*; болг. *жизненен цикл на изкупуванията* – рус. *жизненный цикл выкупов* < англ. *lifecycle of buy-outs*;

болг. *растящ кредитен портфейл* – рус. *растущий кредитный портфель* < англ. *loan portfolio growth* и др. – из антропоморфной метафорической модели) признаки.

Локативные признаки представлены реже (болг. *данъчен рай* (*данъчен оазис*) – рус. *налоговый рай* (*налоговая гавань*) < англ. *tax paradise* (*tax haven, tax heaven, tax oasis*); болг. *туристическа Мека* – рус. *туристическая Мекка*; рус. *бизнес-Мекка*; рус. *зона наибольшей активности бизнес-ангелов* < англ. *business angel hot spots* – из антропоморфной метафорической модели; болг. *данъчни ниши* – рус. *налоговые ниши*; болг. *пазарна ниша* / *пазарни ниши* – рус. *рыночные ниши*; рус. *долина смерти* < англ. *death valley* и др. – из артефактной метафорической модели).

Некоторые метафоричные терминологизмы относятся к номинативным единицам, сформированным за счет разных областей-источников метафорических моделей (терминологизм рус. *брокер на обочине* < англ. *curb broker* относится как к природоморфной, так и к социоморфной метафорических моделей) [6: 42]. Причисление актуализируемых признаков терминологических фразеологизмов к качественно-характеризующим, акциональным или локативным в определенной степени также является условным. Так, прилагательные болг. *сив* – рус. *серый* и болг. *черен* – рус. *чёрный*, входящие в состав таких терминологических фразеологизмов как болг. *сива зона* – рус. *серая зона* < англ. *grey zone*, и болг. *сива икономика* – рус. *серая экономика* < англ. *grey economy*, болг. *черен пазар* – рус. *чёрный рынок* < англ. *black market, black-market*; болг. *черна икономика* (*нелегална икономика*) – рус. *чёрная экономика* (*теневая экономика*) < англ. *black economy*, актуализируют разные признаки, а именно: качественно-характеризующие, репрезентирующие негативную оценку теневой, скрытой, неформальной экономики (зоны); локативные, акцентирующие внимание на то, что данный вид экономики, зоны, рынка выходит за рамки закона и является криминальным; акциональные признаки, указывающие на такое качество как активное действующее начало, так как сама теневая экономика предполагает совершение ряда незаконных действий. Ср. также болг. *черен пъблик рилейшънс* – рус. *чёрный пиар* < англ. *black public relations* 'пиар, препятствующий деятельности конкурентов' [6: 42].

Терминологический фразеологизм болг. *бизнес ангел* / *бизнес ангели* – рус. *бизнес-ангел* / *бизнес-ангел* (*ангел бизнеса*) / *бизнес-ангелы* / *бизнес-ангелы* (*ангелы бизнеса*) < англ. *business angel* / *business angels* относится

к антропоморфной метафорической модели (понятийная область-источник «Мир религий, верований, мифов, легенд, сказок» [6: 49]. В компоненте болг. *ангел* – рус. *ангел* актуализирован качественно-характеризующий признак, подчеркивающий такие характеристики как исключительная доброта, самоотверженность, бескорыстность небесных сил. В составе других терминологических фразеологизмов, содержащих терминологический элемент болг. *ангел* – рус. *ангел*, актуализируется локативный признак, указывающий на место действия *бизнес-ангелов*: болг. *пазар на бизнес ангели* – рус. *рынок бизнес-ангелов* < англ. *business angel market*, рус. *зоны наибольшей активности бизнес-ангелов* < англ. *business angel hot spots*. Терминологический элемент болг. *ангел* – рус. *ангел* в составе терминологических фразеологизмов актуализирует и акциональный признак, который указывает на то, что бизнес-ангелы являются активно действующими субъектами на рынке.

В тех случаях, когда в терминологических фразеологизмах актуализируются разные признаки и характеристики терминологических элементов, при классификации они попадают в две или три разные группы.

В экономической терминологии актуализация признака сходства с реалиями окружающей среды является очень продуктивной при создании метафорических терминологических элементов. Особо активно используются образы животных, например: болг. *бичи пазар* – рус. *бычий рынок* / «*бычий*» *рынок* (*рынок быков* / *рынок «быков»*) < англ. *bull market*; болг. *дойна крава* – рус. *дойная корова* < англ. *cash cow*; болг. *куца патица* – рус. *хромота* < англ. *lame duck*; болг. *меча позиция* – рус. *медвежья позиция* < англ. *bear position*; болг. *мечешка прегръдка* – рус. *медвежья объятия*, *медвежья хватка* < англ. *bear hug*; болг. *мечи пазар* / *мечешки пазар* (*пазар на мечката*) – рус. *медвежий рынок* (*рынок медведей*) < англ. *bear market*; болг. *мечо поглъщане* – рус. «*медвежье поглощение*» < англ. *bearish engulfing*; болг. *нападение на мечката* – рус. *медвежий налёт* (*налёт медведей*) < англ. *bear raid*; болг. *облигация бик-мечка* – рус. *облигация «бык-медведь»* < англ. *bull-bear bond*; болг. *облигация булдог* – рус. *облигация «бульдог»* < англ. *bulldog bond*; болг. *облигация кенгуру* – рус. *облигация «кенгуру»* < англ. *kangaroo bond*; болг. *облигация киви* – рус. *облигация «киви»* < англ. *kiwi bond*; болг. *проект за бял слон* – рус. *проект «белые слоны»* < англ. *white elephant project*; болг. *тлъсти котараци* – рус. *жирный кот* < англ. *fat cat*; рус. *банк диких кошек* < англ. *wild cat bank*; рус. *бычий дебетовый колл спрэд* < англ. *bull call debit spread*; рус. *бычий спрэд* < англ. *bull spread*; рус. *бычье пересечение*

< англ. *bullish crossover*; рус. *езда зайцем (фрирайдинг)* < англ. *free-riding / freeriding*; рус. *зимняя спячка* < англ. *hibernation*; рус. *копчёная селёдка* < англ. *red herring*; рус. *кошки и собаки* < англ. *cats and dogs*; рус. *львиная доля* < англ. *the lion's share*; рус. *медвежий дебетовый пуд спрэд* < англ. *bear put debit spread*; рус. *наблюдатель за акулами* < англ. *shark watcher*; рус. *облагороженная мартышка*; рус. *позиция быка* < англ. *bull position*; рус. *спрэд бабочка* < англ. *butterfly spread* и др.

Качественно-характеризующие и акциональные признаки, реализующиеся в метафорических моделях при образовании экономических терминов, занимают главенствующую позицию. Локативные признаки воспринимаются тяжелее и нередко требуют дополнительной информации для их расшифровки.

Литература

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Теория метафоры: Сборник: пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой; общ. ред. Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 387.
2. *Краткий словарь когнитивных терминов* / под общей редакцией Е. С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. 245 с.
3. Будаев Э. В. Становление когнитивной теории метафоры // *Лингвокультурология*. – 2007. – № 1. – С. 19-35.
4. МакКормак Э. Когнитивная теория метафоры / пер. с англ. // *Теория метафоры* / под общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. С. 358–386.
5. Wilden A. *System and Structure: Essays in communication and exchange*, 2nd Ed., Tavistock, 1980. 592 p.
6. Стоянова Р. С. Метафора в болгарской и русской экономической терминологии: виды метафорических моделей (на материале терминологических фразеологизмов) // *Вопросы семантики и стилистики текста: лингвистический дискурс*. Под редакцией Зои Куцей., Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2021. Т. 23. С. 40.
7. Попова М. Теория на терминологията. Велико Търново: Знак 94. 2012. С. 349.
8. Чудинов А.П. *Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2003. 248 с.

9. Стоянова Р.С. Терминологични фразеологични калки в най-новата българска и руска икономическа терминология // Доклади от Международната годишна конференция на Института за български език «Проф. Любомир Андрейчин» (София, 2020). Том 1. София: Издателство на БАН «Проф. Марин Дринов», 2020. С. 174.
10. Арутюнова Н.Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики 1982 / ответственный редактор В. П. Григорьев. М.: Наука, 1984. С. 5-23.
11. Вендина Т.И. Словообразование как способ дискретизации универсума // Вопросы языкознания. 1999. №2. С. 27-49
12. Английско-български речник по корпоративно управление / *English-Bulgarian Corporate Governance Dictionary A – Z*. Боева, Б., В. Станчева, П. Матеев, К. Кабакчиев (ред.). София: Център за изследване на демокрацията, 2001. 233 с.
13. *Словарь финансово-экономических терминов*. Шаркова А. В., Киячков А. А., Маркина Е. В. и др.; М. А. Эскиндаров (ред.). 3-е изд. М.: Дашков и К°. 2018. 1168 с.
14. *Современный экономический словарь* / Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. М.: ИНФРА-М, 2017. 512 с.
15. *Экономический словарь* / А. И. Архипов и др.; отв. ред. А. И. Архипов. М.: РГ-Пресс, 2018. 672 с.
16. Попова М.Г., Христова А.Б., Попов Б.Д., Лесневска Д.С., Петкова Е.П., Симеонова К.С., Михайлова-Паланска М.В., Мицева С.Д. Терминологичен енциклопедичен ечник по икономически науки. София: Скала Принт, 2020. С. 373.

ТУРИЗЪМ И ДИГИТАЛНА СРЕДА

НЕТРАДИЦИОННИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЖИВЯВАНИЯ – ПОТАПЯНЕ В ЧУЖДИТЕ КУЛТУРИ

доц. д-р Ирена Емилова
Департамент „Администрация и управление“,
Нов български университет

Резюме. Туризмът представлява индустрия с доказано силно влияние в социално, културно и икономическо отношение. В това изследване вниманието ще бъде насочено към социалните културните аспекти на взаимодействията, които се създават между туристите и местните жители, в рамките на туристическите пътувания и обект на изследване ще бъде тяхната добавена стойност – изживяванията, генерирани по време на посещенията на дестинациите. Всичко това подкрепя тезата за силното влияние на туризма, особено в културен контекст. В този смисъл ще проучим и анализираме нетрадиционните (нетипични) туристически изживявания, предлагани от местните жители на туристите, като по този начин се открояват трите елемента на съвременното развитие на туристическия бизнес – социализиране, ангажиране и реализиране на ползи.

Ключови думи: туристическа индустрия, икономика на изживяванията, култура, местни общности.

NON-TRADITIONAL TOURIST EXPERIENCES: FOREIGN CULTURE IMMERSION

Assoc. Prof. Irena Kirilova Emilova, PhD
Department of Administration and Management,
New Bulgarian University

Abstract. Tourism is an industry with proven social, cultural and economic impact. The paper presents a study focused on the socio-cultural aspects of the interactions between tourists and local residents within the framework of tourist trips, aiming at studying their added value, i.e. the experiences generated during the visits to the destinations. The results prove the hypothesis that tourism exerts strong influence, especially in a cultural context. To this end, non-traditional (atypical) tourist experiences offered by local residents to tourists are studied and analysed, highlighting the three elements of the modern development of the tourism business, namely socialisation, engagement and realisation of benefits.

Keywords: tourist industry, economy experience, culture, local communities.

Съвременното предлагане на туристически услуги се базира на няколко съществени компонента, изграждащи философията на индустрията в настоящия момент през призмата на ползите, които създава едновременно за туристите и местните общности, в контекста на икономиката на изживяванията. Тези компоненти най-общо можем да ги определим по следния начин – свързване, ангажиране и предоставяне на възможности. Чрез свързването на всички участници в процеса на производство и потребление на туристическите услуги, се проявяват различията в техните култури. Осъществявайки контакт с местните жители чрез завладяващи туристически изживявания, посетителите създават значими връзки и дълготрайни спомени от пътуванията. Относно ангажираността, имаме предвид трансформиращата сила, която притежават туристическите изживявания. Потопяването в местния живот и по-нататъшното поглъщане насърчава межкултурното разбирателство и генерира познания едно-

временно в туристите и домакините, разкривайки нови перспективи пред тях, в глобален аспект. Третият компонент е предоставяне на възможности, което означава, че пътуванията подпомагат местните икономики и подобряват качеството на живот на общностите в целия свят поради свободния достъп, които се осигурява до международния туристически пазар. Всичко това е доказателство за силното влияние, което оказва туристическата индустрия, особено в културно направление. В този смисъл ще проучим и анализираме нетрадиционните (нетипични) изживявания, които предлагат местните жители на туристите като по този начин се открояват посочените по-горе три „стълба“ на туристическия бизнес с кроскултурно звучене – социализиране, отдаденост и получаване на реални ползи.

Важно е да отбележим, че дигитализацията на туристическия бизнес, индивидуализирането на обслужването, препроектиране на услугите, новите технологии, онлайн каналите на реализация, генерирането на изживяванията и сигурността са само част от актуалните характеристики на туристическият продукт понастоящем. Промените, които настъпиха в света през последните две години наложиха изместването на традиционните от цифровите комуникационни канали, чрез които се достига до потенциалните туристи и по този начин контактът с тях стана директен и по-бърз. От друга страна туроператорите и онлайн туристическите агенции се насочиха към предлагането на виртуални обиколки и изживявания като добавена стойност от потреблението на туристическите пътувания. Различните електронни платформи и мобилни приложения, които предлагат виртуалните посредници са отлични възможности за успешно провеждане на градските обиколки в туристическите дестинации. Примерите за това са изключително много, но ще изтъкнем най-големите сред тях като airbnb, booking, culturetrip, feverup, getyourguide, tripadvisor, viator, with locals. По-нататък към анализа ще проучим и платформите I like locals, klook, trafalgar и trazu, които предлагат иновативен и нетрадиционен подход в икономиката на туристически изживявания. *В контекста на межкултурните комуникации е от изключително значение използването на посочените виртуални посредници като допълнителни възможности за генериране на автентични изживявания, базирани на взаимодействието на туристите с местната култура, традициите, гастрономията или начина на живот в посетената дестинация.*

Кроскултурната комуникация изучава процеса на общуване и взаимодействие между представители на различни култури или културни

общества. Тя се разглежда като „съвкупност на различни форми на общуване между индивиди и групи, които принадлежат към различни култури“. Професионалното владение на този тип комуникация има глобално значение за работещите в туристическата индустрия. Тази сравнително млада наука се заражда в средата на XX век във връзка с интересите на американските политици и бизнесмени, които осъзнават необходимостта от изучаването както на езиците, така и на културата на други народи, на техните традиции, обичаи и норми на поведение. Интеркултурната комуникация се използва при запознаване и съответно разбиране на чуждите култури и различията между народите, адаптацията в чужбина или изучаване на собствената си национална култура. От друга страна, изграждането на организационна култура, която включва в себе си всички елементи на ефективната комуникация се превръща в конкурентно предимство на съвременната туристическа организация. Владението на межкултурното общуване позволява успешно взаимодействие с други култури, изучаване богатствата на други страни, манталитета на хората, ценностите, езика и други особености (Бончева).

Чрез това изследване правим опит за проучване на различните електронни платформи, които се предлагат от местните жители като възможности за генериране на изживявания в дестинациите, които посещават туристите. Виртуалните обиколки пък създават възможности на туроператорите да ангажират вниманието на потенциалните клиенти в посока вземане на решение за закупуване на пътуване. Мениджърите на платформата airbnb първи въвеждат т.нар. виртуални изживявания като част от хотелиерското предлагане (online experiences) и бързо доказват, че те са най-продаваният им, понастоящем с повече от 540 активности.

Трябва да акцентираме вниманието и върху факта, че светът, в който живеем от 2020 година насам, наложи фундаментална промяна върху концепцията за пътуване, тъй като значителните загуби, реализирани от туристическата индустрия бяха следствие от невъзможността за осъществяване на свободно движение на хората в чужбина. Това наложи няколко различни тенденции в туристическото търсене и съответно предлагането на туристическите услуги. На първо място ще отбележим, че се наблюдава потребителското предпочитание към малките, непознати туристически дестинации, изключващи събирането на множество хора. Също така вниманието на потребителите се отдръпва от традиционните най-посещавани туристически дестинации, т.е. доминира интересът към

малки, нови, все още неразработени туристически дестинации. Акцентът също така се поставя върху зелените, еко-туристически продукти, които развиват изключителна популярност сред съвременните туристи. И при все това се оказва, че уникалността на изживяванията е основният мотив за предприемане на туристическо пътуване. Онова, към което се стремят туристите да получат като добавена стойност от потреблението на туристическите услуги е именно автентичността на изживяването. Това по-конкретно може да бъде: първото впечатление от дестинацията, персоналното отношение, посещението на местен ресторант, незабравимите мигове с любими хора, т.е. създаване на дълготрайни спомени като по този начин туристите отнасят със себе си част от посетената дестинация у дома. Наблюдава се и друга тенденция – туристите се стремят към оживяване на техните усещания от посещението – докосване, вкусове, аромати, да почувстват онова, което не могат да изпитат на друго място. Колкото по-запомнящо е изживяването им, толкова е по-голяма вероятността отново да се върнат в посетената дестинация. Изживяванията отговарят на характеристиките за уникалност, едновременно предлагайки нещо различно и специално, което туристите не биха могли да открият у дома.

Интерес представлява и откриването на вдъхновение за пътуване до мечтани нови дестинации, нови култури и общности, което представлява разширяване на съзнанието. В този смисъл се използва терминът трансформация. Туристът никога не се завръща същият човек, който е бил преди пътуването, тъй като в него настъпват промени – нова бизнес идея, начин на хранене, познание, ценности – най-общо казано обогатяване на всички нива. И в основата на всичко това стоят изживяванията, а новите тенденции в туристическите пътувания поддържат потребността от тяхното непрекъснато осъществяване.

Според проучване на Lonely Planet (Best in Travel 2023), през тази година, съществуват тридесет най-желани в света дестинации, разделени в няколко категории – храна, обиколки, свързване, обучение и релакс, като в случая основният акцент разграничение пада именно върху местните изживявания, (Lonely Planet, 2022).

Освен това ще цитираме изследването на Source Research, според което 71% от туристите пътуват, за да направят нещо ново, а 70% пътуват, за да генерират изживявания, които характеризират културната същност на региона. Проблемът обаче се заключава във факта, че по-голямата част от туристическите потребители не успяват да открият това, което търсят

по време на пътуване. Статистическите данни от проучването Good Life на електронната платформа за изживявания trafalgar показва, че според 49% от туристите, истинските изживявания в туристическите дестинации просто не са достатъчно „истински“ (Trafalgar, 2022). За да бъдат посрещнати очакванията на потребителите, избягвайки разликата между желаното и действителното, голяма част от туристическите агенции поддържат добри партньорски взаимоотношения с местните общности в световен мащаб, предлагайки реални местни изживявания, като например резервиране на час по приготвяне на кимчи в Сеул, тестване на люти сосове с местни майстори в Портланд или пък посещение на някой от най-известните пъбове в Лондон. Проучването по-нататък продължава с анализ на най-използваните от туристите електронни платформи за изживявания, които предлагат наистина пълнота на потребителските усещания и емоции по време на пътуване.

Trafalgar Tours е онлайн туристически агент, който предлага автентични местни изживявания по формулата „бъди мой гост“ по време на всеки резервиран маршрут. Това дава възможност едновременно за генериране на уникално, ново изживяване, заедно с комфорта и лекотата на придружените от екскурзовод обиколки.

“Be my guest“ се създава от trafalgar преди десетилетие, като първото по рода си изживяване, с цел потапяне в атмосферата на туристическото място, при което туристите получават възможност да се свързват с местните жители, в техните домове. Примери за това са: вечеря в дома на един от най-известните готвачи на Ирландия, от когото гостите могат да научат за местната култура и различни истории за посетеният място, и всичко това по нетрадиционен начин, който обикновено не е възможно да се получи като изживяване, тъй като не фигурира в туристическите пътеводители.

Нетрадиционните местни изживявания в разглежданата платформа trafalgar включват: търсене на местни деликатеси в Ирландия, вечеря с граф в италианско имение, в което се произвежда зехтин от XV век, хапване с награден готвач и пианист в САЩ, (Trafalgar).

На следващо място ще анализираме платформата за изживявания klook. Докато част от туристите я използват по-често, за да резервират билети за желани атракции или да си организират трансфер, те имат възможност и за резервиране на изживяване с местен жител. Онлайн посредникът предлага изживявания, покривайки и обхващайки повечето области

по света, с изключение на Северния и Южния полюс, така че определено могат да се намерят различни начини за свързване с местните жители и получаване на познания за техния начин на живот, независимо от дестинацията, която е цел на посещение.

Нетрадиционните туристически изживявания в klook включват: нощна обиколка с мотоциклет и опитване на местна храна в На Транг, социална бизнес обиколка с вечеря в Янгон, велосипедна обиколка на оризовите полета в Бали, (Klook, 2022).

Интерес представлява платформата за изживявания airbnb experiences, предоставяща възможности едновременно за резервация на хотелски услуги, директно предлагани от местните жители в техните втори и трети жилища и уникални усещания в туристическите места, които се посещават.

Изживяванията, които се предлагат от виртуалния посредник airbnb, са уникални по рода си активности, проектирани и организирани от местните жители. За разлика от типичната градска обиколка или участието в семинар, изживяванията в платформата предлагат дълбоко потапяне в света на местния домакин като естествено продължение на неговото гостоприемство. Домакините предлагат на своите гости получаване на специализирани познания, генериране на нови умения, осигурявайки достъп до места и общности, които туристите не биха могли да достигнат сами. Там се предлагат изживявания в различни категории – виртуални, кулинарни, природни или свързани с животни изживявания.

Нетрадиционните изживявания на airbnb включват: разходка с вълк в Рим, чай с игрива овца в Обединеното кралство, бокс с огън в САЩ, шиене на рокля в Йоханесбург, запознанство с местни странници в Портланд, плаване по Рио, белене на скариди в Бостън, (Airbnb, 2022).

Не можем да не обърнем внимание и на онлайн посредника tripadvisor, който представлява възможност за споделяне на отзиви за хотелско настаняване, туристически атракции и места за хранене като в допълнение към тях съществува и раздел „местни изживявания“, както и раздел „неща за правене“. Имайки предвид, че възниква като виртуална платформа за потребителски мнения в туризма и впоследствие придобивайки и лидера в резервациите на туристически обиколки и активности viator, tripadvisor предлага и изживявания на туристите, които търсят нови усещания и приключения, базирани на множество потребителски мнения. И тъй като посочената функция е нова за онлайн платформата,

трябва да отбележим, че предлаганите възможности за изживявания в конкретни дестинации изглеждат ограничени в сравнение с другите конкурентни електронни посредници.

Нетрадиционните изживявания с местни жители в tripadvisor включват: „направи си сам“ ананасова торта в Тайпе, тренинг за самураи в Токио, посещение на натурален морски басейн в Аруба, кулинарно приключение в Рейкявик, високоскоростен круиз по Темза, приготвяне на паста с известен шеф-готвач в Рим, (Tripadvisor, 2022)

На следващо място ще направим уточнението, че туристическата индустрия се приема като мощен стимул на икономиката в редица страни, включително и в Сингапур, тъй като предоставя възможности за работа и същевременно генерира приходи от международните туристи. Виртуалният посредник I like local има социални цели и се създава като възможност да увеличи доходите на местните жители, както и броя на заетите в туризма, като същевременно предоставя автентични изживявания за туристическите посетители в Азия и Африка. Платформата не реализира печалба от комисиони, наложени на туристите или на домакините, като по този начин всички приходи се придобиват изцяло в полза на местното население, предлагащо съответните изживявания.

В редица случаи е невъзможно да се работи директно с местните жители, тъй като не всички говорят английски и платформата I Like Local осъществява връзки с местни неправителствени организации, управляващи проекти в областта на туризма, които помагат бедните общности да получават допълнителен доход или пък работят с малки туристически агенции, които подкрепят местното население, предлагайки им заетост, осигурявайки им определен процент от печалбата, обучавайки ги и/или фокусирайки се върху екологични каузи.

Понастоящем I Like Local подпомага повече от 4 хиляди местни жители в общо 19 азиатски и африкански страни, така че туристическите потребители могат лесно да намерят изживявания в посочените региони, които закупуват с убеждението, че пряко съдействат за развитието на местните общности. Туристите, които се включват в платформата понастоящем са повече от 2 хиляди човека.

Нетрадиционните местни изживявания в платформата I like local включват следните активности: доброволна дейност в био ферма в Северен Тайланд, разходка в бедния квартал Дхарави в Мумбай, подпомагане на работата в пекарна Mama Gunia в Руанда, плетене на кошница от па-

лмови листа в Сиам Реп, (Ilikelocal, 2022).

Друг виртуален посредник на туристически изживявания с местни жители, който ще разгледаме е withlocals. Не можем да не обърнем внимание на явлението пренаселване на градските центрове, което поставя въпроса за създаването на реална опасност от превръщането им в увеселителни паркове, които местните жители категорично избягват, тъй като се създават ситуации, от които никои не печели дивиденди. Туристическата платформа Withlocals се основава с мисия да разруши бариерите между туристите и местните жители, по целия свят, създавайки истински връзки между хората и чуждите култури. Онлайн туристическата агенция има за цел да осигури възможност на местните жители да реализират печалба, предлагайки автентични изживявания на посетителите, които ги превръщат в дълготрайни спомени за цял живот.

Тук са подбрани изживявания от целия свят, макар най-голямото разнообразие да е концентрирано в европейския регион и трябва да се има предвид, че изборът на дестинации и изживявания, които могат да се резервират в Азия, е по-ограничен.

Нетрадиционните изживявания с местни жители, предлагани в платформата withlocals включват: най-добрият винен и тапас тур в Барселона, едnodневна екскурзия до димилитаризирана зона в Северна Корея, релаксиращо риболовно изживяване с обяд в Ханой. Всички те се характеризират с индивидуалност, придружени са от местни туристически гидове и изключват пренаселените маршрути, (Withlocals 2022).

И на последно място ще разгледаме виртуалният посредник trazy, който е основан от две корейски бизнес дами, които вземат решение да изградят туристическа платформа за пътуване, в която посетителите наистина могат да изживеят най-новите събития в конкретната дестинация. Понастоящем се предлагат изживявания с местни жители само в трите дестинации Корея, Тайланд и Виетнам, като нетрадиционните сред тях включват: продуциране и запис на собствена песен в Сеул, уроци по корейски в Gangnam стил в Сеул, обиколка за местна храна с велосипед в Хой Ан, производство на собствен парфюм и други (Trazy, 2022).

В заключение, след направеното проучване и анализ на нетрадиционните изживявания, предлагани от местните жители в разгледаните туристически дестинации, можем да направим следните изводи. Посредством изживяванията, туристите се свързват с мястото и неговото население в контекста на межкултурните различия, като по този начин

генерират позитивни усещания и дълготрайни спомени. Ангажирането, потапянето и съответно поглъщането в местната култура характеризира трансформацията, която е присъща на всяко туристическо пътуване и която обогатява и гостите и домакините, давайки им нови глобални перспективи на развитие. И не на последно, по важност място, ще посочим, че туристическите пътувания и добавената им стойност – изживяванията, предоставят възможности за развитие на малките местни икономики и подобряване качеството на живот на местните жители.

Използвани източници

1. Бончева О. „Интеркултурна комуникация и нейното влияние върху туристическо обслужване“, <https://www.academia.edu/37201811/>
2. Airbnb (2022). <https://www.airbnb.com/s/experiences>
3. Lonely Planet (2022). Best In Travel 2023. <https://www.lonelyplanet.com/best-in-travel>
4. Ilikelocal (2022). Travel your way. Support their way. Discover locally-curated travel experiences that make a positive impact. <https://www.i-likelocal.com/en/>
5. Klook (2022). Your world of joy from local escapes to far-flung adventures, find what makes you happy anytime, anywhere. <https://www.klook.com/>
6. Trafalgar (2022). The Real World by Trafalgar. <https://www.trafalgar.com/real-world/search/experience/>
7. Tripadvisor (2022). Top Overall Experiences – World. The best activities around the world, according to travelers who have done them –and loved every minute. <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-ThingsToDo-cTopExperiences-g1>
8. Trazy (2022). Book travel Crazy things to do. <https://www.trazy.com/>
9. Withlocals (2022). Avoid the Crowds. Book private tours & activities with locals worldwide. <https://www.withlocals.com/>

КОМУНИКАЦИИТЕ В ПОДКРЕПА НА РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА В ЕВРОПА СЛЕД ПАНДЕМИЯТА

доц. д-р Теодора Ризова

*Департамент „Администрация и управление“,
Нов български университет*

Резюме. Анализирани са особеностите на туризма на Балканския регион на Европа, неизполваните възможности за развитие на отделните специализирани видове и форми на туризъм. Посочени са мерките за подкрепа на туристическия сектор в съвременните условия след Ковид. Подпомагането на новите подходи към управлението на туристическата дейност в ЕС се реализира за периода 2021 – 2027 г. чрез осъществяването на действие по общо 11 програми, които имат различна насоченост, но в крайна сметка са свързани с реализирането на по-доброто и адекватно управление на туризма. Представени са основните стратегически насоки в подпомагането на туристическият бизнес на Балканите и ролята на комуникациите в подкрепа развитието на туризма след Пандемията.

Ключови думи: туризъм, туристически продукти, стратегия за устойчиво управление на туризма.

COMMUNICATIONS IN SUPPORT OF TOURISM DEVELOPMENT IN EUROPE AFTER THE PANDEMIC

Assoc. Prof. Teodora Rizova, PhD

*Department of Administration and Management,
New Bulgarian University*

Abstract. The paper analyses the peculiarities of tourism in the Balkan region of Europe and the untapped opportunities for developing indivi-

dual specialised types and forms of tourism. There are measures suggested to support the tourism sector in the modern post-pandemic conditions. The new approaches to EU tourism activity management are supported for the period 2021-2027 through implementing actions under a total of 11 programmes with various objectives, however, all aimed at a better and more adequate tourism management. The main strategic directions in supporting the tourism business in the Balkans and the role of communications in supporting the development of tourism after the pandemic are highlighted.

Keywords: tourism, tourism products, sustainable tourism management strategy.

Още с въвеждането на първите мерки за борба с пандемията, стана ясно, че без осигуряването на необходимата подкрепа от страна на публичната власт, туристическият бизнес в отделните страни от ЕС, няма да може да се възстанови и да заеме онова място, което той имаше в националните икономики, преди здравните ограничения.

В процеса на работата както на ниво на ЕС, така и на ниво на отделните държави, бяха разработвани различни подходи, свързани с подпомагането на туризма, които отчитаха различни хипотези, свързани с развитието на епидемичната обстановка и въздействието и върху националните икономики.

Въпреки многообразието на предложения в тази област, в различните страни от Съюза, мерките за подкрепа дават различен резултат. Това е свързано не само с различното значение на туристическата дейност в икономиките на отделните страни, но и от възможностите на туристическият бизнес, наличието на собствени резерви, както и въздействието на редица други фактори, които са извън влиянието на пандемията.

Така не може да не се отбележи, въздействието върху туристическият бизнес на военната агресия на Русия срещу независима Украйна, както и очакваните и обосновани мерки, свързани с въвеждането на санкции към икономиката на агресора – Русия. Този фактори, напълно естествено дава непосредствено отражение върху туристическият бизнес, особено върху туризма в такива страни, които са в непосредствено съседство с

конфликта, както е това в случай на България, Гърция и Румъния¹.

Съответно, мерките за подкрепа на туризма трябва да бъдат разглеждани в контекста на регионалните особености, въздействието на отделните фактори върху туризма и икономиката на отделните страни или групи страни, както и перспективите за развитието на туристическите пазари. Именно регионалният подход, може да бъде значително по-ефективен при избирането на подходящите мерки за подкрепа, както и избора на най-подходящите форми за това.

1. СЪСТОЯНИЕТО НА ТУРИЗМА НА БАЛКАНИТЕ

Едни от най-засегнатите от последиците на пандемията туристически сектори, са тези на страните от Балканския регион. Това се дължи както на сериозното развитие на ситуацията в отделните страни – България, Гърция, така и от значението, което има туризма за националните икономика на страните от региона. Ако такива европейски икономики като тези на Италия, Франция, Германия и други, претърпяха също така сериозни загуби в туристическия бранш, но в тези страни съществуваше възможност за компенсации на загубите за националната икономика, чрез развитието на индустриалният сектор, сектора на другите услуги, то в страни като България и Гърция, заместването от този характер не е възможно, поради относително ограничения характер на националната икономика.

Трябва да се отдели специално внимание и на особеностите на администрирането и управлението на държавната помощ, което е характерно за по-голямата част от страните-членки на Балканският полуостров. В повечето случаи, тук отсъстват добре познатите и утвърдените практики на управлението, каквито съществуват в по-голямата част от Западна Европа. Дори без да се разглежда фактора „корупция“, самият модел на управлението на тези средства е достатъчно „тромав“ и бюрократизиран. А туризма, изисква дори по-голяма степен на гъвкавост от страна както на субектите, заети в тази област, така и от контролиращите органи, особено при предоставянето на непосредствена финансова подкрепа.

Туризма на балканите има и чисто „продуктови“ особености. Нашият регион има богата история, която в много отношения обединява на-

¹ The Economist (Intelligence Unit) 2021. Tourism in 2022. The Economist Intelligence Unit Ltd., 2021.

родите от различни страни. Това не са единствено страни-членки на ЕС, но и страни, които не влизат в Съюза, но тяхната история, население и култура, са тясно преплетени помежду си. Затова, предпочитанията на много от туристите, са свързани с посещението не само на една страна от региона, но на няколко, в рамките на едно туристическо пътуване.

Заедно с това, може да се отбележи, че както управлението, така и финансирането на съответните туристически дестинации и тяхното подпомагане в рамките на постпандемичния период е слабо координирано. Причина за това са както слабостите в работата на съответните публични органи в отделните страни, регулиращи дейността на туризма, така и на самите субекти на туристическия бизнес, които поставят въпросите за подпомагането в сегашния период, най-вече пред националните регулативни органи и в сравнително малка степен използват опита на съседите.

Една от характерните особености на туристическия бизнес на Балканите е и това, че в повечето случаи отделните фирми, работещи в тази област имат относително слабо взаимодействие с представителите на местната власт, както и съвместно реализирани програми за развитие както на туристическата дейност, така и развитието на региона.

На Балканите съществуват и редица неизползвани възможности за развитието на отделни видове туристическа дейност и по-специално на селски, кулинарен, спортен, и редица други видове туристически дейности. Тяхното развитие обаче е относително ограничено, поради липсата на достатъчно ресурси, както финансови, така и професионални, способни да стартират бизнеса в съответното направление.

Пандемията, която бе завладяла Балканският полуостров в течение на две години, нанесе сериозни щети върху туристическата дейност. На практика, отделните стопански субекти изчерпаха онези оперативни резерви, които съществуваха в рамките още на първата година. По-слабата съгласуваност на фискалната политика, както и политиката на някои от публичните агенти, не дадоха възможност да се ограничат относително постоянните разходи на съответните компании, като заедно с това приходите им бяха крайно ограничени.

Ниската степен на взаимодействие между туристическите компании в отделните страни на региона, създаде сериозни затруднения и в процеса на регулиране на туристическите потоци, след края на пандемичните ограничения.

На практика веднага след намаляването на ограниченията върху

туристическият бизнес в региона започна да оказва крайно неблагоприятно въздействие агресията на Русия срещу Украйна. Това, че военният конфликт на практика включва и акваторията на Черно море, създава допълнителна несигурност и опасения от страна на туристите. Близостта на повечето балкански страни, прави достатъчно трудно планирането и управлението на туризма, по време на конфликта. Очаква се, че след неговото завършване, последиците ще оказват още достатъчно продължително време неблагоприятното си въздействие върху туристическият бранш.

Допълнително следствие от военният конфликт, стана драстичното намаляване на туристите от два „стари“ и добре разработени от страните пазара, каквито са пазарите на Украйна и Русия. Туристите от тези две страни заемаха своя специфична продуктово-ценова ниша, която в съвременните условия трудно може да бъде запълнена (поне в краткосрочен период) от туристи от други страни².

Посочените особености на туризма в региона следва да се вземат под внимание, при определянето на мерки за подкрепата на туристическият бранш, както и за неговото ориентиране в онези области, които по силата на обстоятелствата, ще станат перспективни в най-близко време.

2. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОДПОМАГАНЕ НА ТУРИЗМА В СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ

Както показва практиката, онези възможности и програми, които намираха приложение преди пандемията и войната, вече не могат да задоволят потребностите на страните от региона в подпомагането на туристическата дейност.

Очевидно, новите условия изискват търсенето на нови подходи, които от една страна да променят подхода към управлението на самата туристическа дейност, а от друга – да дадат възможност за намирането на нови форми за нейното подпомагане.

Според мнението, изразено от Европейската сметна палата³, нови-

² The Economist (Intelligence Unit) 2022. How the War in Ukraine Will Affect Tourism. The Economist Intelligence Unit Ltd., 2022.

³ Специален доклад Подкрепа от ЕС за туризма – необходимост от нова стратегическа ориентация и по-добър подход за финансиране, Европейска сметна палата, 2021 г.

те условия изискват нов подход на първо място към туристическият продукт, който може да намери приложение в страните от Съюза. Новите туристически продукти следва да отговарят на някои основни изисквания. Сред тях са:

- в основата на новите туристически продукти трябва да стои персонализираното пътуване. То предполага избор както на специфично място за настаняване, така и индивидуализирана програма на пътуването, която да отговаря на индивидуалните потребности на съответните туристи;

- в основата на възможните туристически пътувания стои благосъстоянието както на туристите, така и на предприятията, които предлагат съответните туристически услуги. Именно благосъстоянието е в онзи фактор, благодарение на който могат да бъдат реализирани висококачествени туристически продукти;

- една от основните характеристики на европейският туризъм е неговата устойчивост. Това предполага развитието на туристическите продукти по начин, при който те не само да задоволяват потребностите на туристите и да отговарят на стопанските възможности на туристическите фирми, но и в значителна степен да отчитат потребностите от развитие на регионите, природните дадености, екологичните стандарти и др.;

- туристическите продукти следва да се ориентират към по-близки дестинации, което от една страна да повишава сигурността на туристите, а от друга да дава възможност за намаляване на транспортните, административните и други рискове, които могат да възникнат в течение на пътуването;

- в основата на туристическите продукти следва да се постави гарантирането на здравето и безопасността на туристите, като за това се разработват такива стандарти, които в най-голяма степен да отчитат условията на пътуването и възможността да се запази здравето на туристите;

- при предлагането на туристическите продукти, водещо значение трябва да има информатизацията и цифровизацията на туристическото пътуване, като на туристите се предоставя максимална и пълна информация за особеностите и условията на пътуването и пребиваването в съответната туристическа дестинация. Туристическият продукт следва да се съпровожда със съответните информационни продукти, които да отгова-

рят на най-високите стандарти в областта на цифровизацията⁴;

– в основата на новите туристически продукти следва да се поставят културни събития, както и такива, които подчертават местната самобитност на туристическия регион. В този случай особено внимание следва да се отделя на специфичните форми на туризма такива като събитийният, културният, религиозният, гастрономическият и други видове туризъм, които в най-голяма степен да могат да интегрират особеностите на местното население и регион. При организацията и провеждането на туристическата дейност се препоръчва в максимална степен да се интегрират органите на местната власт, както и неправителствени и нестопански организации от региона.

В съответствие с новите изисквания към туристическите продукти, следва да бъдат направени промени и организационните структури, които се отнасят, както непосредствено към организацията на туристическата дейност, така и към взаимодействието на туристическите организации с органите на публичното управление и неправителствените организации.

Фискалната политика, както и органите на публичното управление следва да създават условия за прилагането на новите видове туристически продукти, както и за тяхното промотиране на вътрешните и международните пазари.

Подпомагането на новите подходи към управлението на туристическата дейност в ЕС, се реализира за периода 2021 – 2027 г., чрез осъществяването на действие по общо 11 програми, които имайки различна насоченост, в крайна сметка са свързани с реализирането на по-доброто и адекватно управление на туризма. Сред тези програми са:

а) Средства, получавани по механизма за възстановяване и устойчивост. Средствата предвидени по този механизъм са в рамките на отговорността на националните правителства и се определят от съответните национални програми. В Република България такава национална програма е Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г.⁵, като в нея се определени основните приоритети в развитието на туристическата дейност и по-специално такива области като:

⁴ Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (eds.) Handbook of e-Tourism. Springer, 2022.

⁵ Министерство на икономиката и енергетиката. Стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014-2030 г. София, май 2014 г.

- развитието на туристическите продукти;
- развитието на националната инфраструктура на страната, в т.ч. и тази, която е непосредствено свързана с обслужването на туристическата дейност;

- туристическото райониране и
- институционалната рамка.

Разбира се, постановките, които можеха да се направят преди пандемичните затруднения, както и преди агресивните действия на Русия в региона, което предполага, че значителна част от посочените в нея аспекти, не могат да бъдат актуални и подлежат на по-нататъшно актуализиране.

б) Европейски фонд за регионално развитие (ЕФРР) и Кохезионен фонд (КФ).

Основен акцент върху финансовото подпомагане на туристическата дейност е поставен в процеса на финансирането именно от КФ. Проектите, които се финансират от този източник са свързани с развитието на туризма. Въпреки че ЕФРР е насочен най-вече към цялостното регионално развитие, но за такива страни, каквито са страните от Балканският полуостров, тези източници за финансиране често се отнасят именно към туристическата инфраструктура и по-доброто взаимодействие на органите на местната власт с туристическите компании.

в) Европейски социален фонд плюс (ЕСФ+). Финансирането, което се предлага от фонда е свързано с развитието на заетостта, като основен акцент се поставя върху придружаването на екологични проекти, както и такива, които са свързани непосредствено с цифровият преход. Въпреки че в този случай не става дума непосредствено за подпомагането на туристическата дейност, проектите по фонда засягат такъв съществен елемент, какъвто е подготовката на персонала за туризма.

г) Европейски фонд за морско дело, рибарство и аквакултури (ЕФМДР). Средствата, предоставяни от фонда, са предназначени за развитието на еко туризма, риболовният туризъм, гастрономическият туризъм, както и други видове морски туризъм. Средствата също така са предназначени за подпомагане на различни партньорства, занимаващи се с крайбрежен туризъм.

д) Програма LIFE. Програмата е предназначена за финансирането на туристически проекти, които са основани на устойчиви екологични принципи, както и към проекти, в които се съчетава адаптацията на туризма към измененията на климата.

е) „Хоризонт Европа“. В рамките на програмата е възможно финансиране на иновативни и екологично устойчиви проекти, които са свързани с културният туризъм.

ж) Програма „Творческа Европа“. В рамките на тази програма е представен проекта „Европейски столици на културата“, както и редица други проекти, които са свързани с фестивалния и културния туризъм, развитието на индустрията на модата, както и насочването към събитийния туризъм и реализирането на различни други проекти, обединяващи туризма с проявленията на културата.

з) Фонд за справедлив преход. Фонда осъществява инвестиции в основен капитал или нематериални активи на туристическите предприятия, чиято основна насоченост е представянето на културното наследство в съответната дестинация. Важен аспект от дейността на фонда е подпомагането на туристическия бизнес към процеса на адаптация в променящите се пазарни условия.

и) Програма „Цифрова Европа“. Основната насоченост на програмата е създаването на общеевропейско пространство на данни за културното наследство на страните от Съюза. Водещо значение има максимално пълната цифрова трансформация на културното наследство във всички страни-членки. Основната насоченост на програмата е в сферата на културният туризъм, но при наличието на специфични проекти, от средствата на програмата могат да се възползват и други видове туристически дейности, такива, например, като религиозният туризъм, конгресният туризъм и редица други.

В каква степен страните-членки могат да се възползват от посочените зависи от работата на конкретните планиращи структури и нивото на финансова дисциплина в органите на публичното управление.

3. ОСНОВНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ НАСОКИ В ПОДПОМАГАНЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС НА БАЛКАНИТЕ

Изхождайки от съвременното състояние на туризма на Балканите, както и от основните предизвикателства, които стоят пред туризма, могат да се очертаят няколко стратегически насоки, в които туристическата дейност, може да бъде подпомогната:

а) Създаване и администриране на туристически проекти с транс-

национален характер.

Както вече бе посочено, между държавите от балканския регион съществуват многобройни общи моменти, обединяващи историята и културата на народите от региона.

Тази особеност следва да бъде използвана за развитието на такива туристически продукти, чиято реализация изисква участието на стопански субекти от няколко страни. По този начин, може да се повиши както качеството на туристическия продукт, на основата на конкурентни предложения, така и да се използва потенциала на туристическия пазар, в повече от една държава.

В основата на подобно предложение трябва да бъде поставена цялостното многообразие на културното наследство на народите от региона. При това не следва да се допуска ограничение единствено на база културните артефакти и съответно реализирането на културния или рекреационно-културния туризъм.

Съществени резерви в това отношение могат да се търсят в развитието на новите видове туристически дейности, такива като кулинарният и спортният туризъм, изучаването на различни традиции и обичаи на народите от региона.

Не следва да се пренебрегва и развитието на туристическата дейност в рамките на религиозният туризъм, който все още не е получил достатъчно развитие, особено в периферните региони на страните от Балканите.

Съществено значение има създаването на интегративни туристически продукти с висока степен на индивидуалност, които да бъдат ориентирани към сравнително малки групи потребители, които заедно с това имат висока степен на заинтересованост от получаването на индивидуализираният продукт. Това е пътят, по който следва да се върви при развитието на малкия туристически бизнес, който е достатъчно гъвкав, за да предложи съответните индивидуализирани туристически продукти.

При създаването на подобни туристически продукти следва да се включват не само страни – членки, но и други държави от региона, като по този начин се използва финансирането от различни източници, да се използват различни финансови програми както на ЕС, така и такива, които са изградени на национално ниво.

При развитието на проектите с транснационално участие следва всячески да се поощрява създаването на обединения на малки предприятия, в това число и такива от различни държави, които да изработват

стандарти на дейността на туристическите предприятия в отделните видове туристическа дейност. Във функциите на подобни обединения следва да се включва и дейност по прогнозирането „на терен“ на възможностите за развитие и усъвършенстване на съответните туристически продукти, както и разработването на нови, уникални туристически продукти, чиято основа може да бъде културата на народите от региона.

б) Промени в отношенията между туристическият бизнес и органите на публичното управление.

Този аспект на подпомагането трябва да включва както съществено облекчаване на административните процедури, намаляване на времето за обслужване на туристическите предприятия, така и сериозно съкращение на „процедурната верига“, която туристическите предприятия трябва да преминават при получаване на помощ (както финансова, така и информационна, и административна) от страна на националните органи за управление и от страна на институциите на ЕС.

Важен аспект от работата на администрацията трябва да бъде не само реализирането на контролно-административните функции, но и процеса на информационно и комуникационно подпомагане на туристическият бранш, особено на малките предприятия от него. Активно следва да се използват възможностите на държавата и общините, свързани с рекламирането на отделните видове туристически продукти както в страната, така и зад граница, взаимодействие в областта на квалификацията и преквалификацията на персонала, ориентирането на транспортната и информационната инфраструктури към потребностите на малкият туристически бизнес и навлизането в практиката на нови туристически продукти.

в) Развитие на електронните услуги и активност в областта на е-туризма.

Останалите стратегически модели на подпомагане са трудно осъществими в традиционната информационна и комуникационна среда. Затова една от основните задачи, свързани с подпомагането на туризма е активното развитие на цифровите услуги.

Една от формите, в които туристическият бизнес от Балканите може да бъде подпомогнат е създаването на продукти в т.нар. е-туризъм. Електронният туризъм представлява онлайн платформа, осигуряваща продажби на туристическите продукти на крайните потребители на туристически услуги и обединяващи производители, туроператори и посредници.

В рамките на електронния туризъм се включва предварителна въз-

можност за запознаване на туристите със съответните забележителности на дестинацията, която те ще посетят. Те могат да направят виртуална екскурзия по дестинацията, да се запознаят със забележителностите, с които ще се срещнат по време на туристическото си пътуване, да преценят самостоятелно оптималните за тях маршрути, да изберат допълнителни услуги или анимация по време на своето пътуване.

Съществен аспект на днешния туризъм е и възможността чрез е-туризма, туристите да бъдат запознати с рисковете, които могат да възникнат през времето на тяхното пътуване и по какъв начин тези рискове могат да бъдат избегнати⁶.

Създаването на подобна интегрирана система не е във възможностите на отделните стопански субекти от сферата на туризма в балканския регион, а трябва да бъде ангажимент на публичното управление. Към това могат да бъдат привлечени и средства от различните фондове на ЕС, като ефективността на подобна система, ще позволи значително по-висока степен на гъвкавост както за големите, така и за малките стопански субекти, работещи в туризма, а това, съответно, ще увеличи удовлетвореността на потребителите.

Използвани източници

1. Министерство на икономиката и енергетиката. Стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014-2030 г. София, май 2014 г.
2. Специален доклад Подкрепа от ЕС за туризма – необходимост от нова стратегическа ориентация и по-добър подход за финансиране, Европейска сметна палата, 2021 г.
3. Hassan Azizul (ed.). Digital Transformation and Innovation in Tourism Events. Routledge, 2022.
4. The Economist (Intelligence Unit) 2021. Tourism in 2022. The Economist Intelligence Unit Ltd., 2021.
5. The Economist (Intelligence Unit) 2022. How the War in Ukraine Will Affect Tourism. The Economist Intelligence Unit Ltd., 2022.
6. Xiang Z., Fuchs M., Gretzel U., Höpken W. (eds.) Handbook of e-Tourism. Springer, 2022.

⁶ Hassan Azizul (ed.). Digital Transformation and Innovation in Tourism Events. Routledge, 2022.

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛНИТЕ НОМАДИ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА

гл. ас. д-р Маргарита Мишева
Департамент „Администрация и управление“;
Нов български университет

Резюме. Целта на настоящия доклад е да проучи и представи влиянието на „дигиталните номади“ върху развитието на туризма. В доклада се застъпва тезата, че посредством начинът на живот и работа на „дигиталните номади“, може да се популяризират туристическите дестинации, да се осигури дългострочна заетост в местата за настаняване и да се стимулира местния бизнес.

Ключови думи: дигитални номади, влияние, туризъм, популяризирани, развитие.

THE INFLUENCE OF DIGITAL NOMADS ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Assist. Prof. Margarita Misheva, PhD
Department of Administration and Management,
New Bulgarian University

Abstract. The purpose of this article is to explore and present the impact of digital nomads on tourism development. The article argues that through the way of life and work of digital nomads, tourist destinations can be promoted, long-term employment in accommodation can be ensured and local businesses can be stimulated.

Keywords: digital nomads, influence, tourism, promotion, development.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Интересът към дигиталното номадство нараства постоянно, както от страна на хората, които искат да работят и живеят по този модел, така и от страна на работодатели, държави, законодателство, местен бизнес, туристически дестинации и др. Взаимодействието на дигиталните номади с местата, на които работят и живеят, допринася за развитието на един нов тип социална среда, която оказва съществено влияние върху дейностите и политиките на страните, бизнеса и живота на местното население.

2. КОИ СА ДИГИТАЛНИТЕ НОМАДИ?

Класификацията на поколенията се използва за първи път от австралийския социолог Марк Маккриндъл в изследването му „Отвъд думите”. Описанието, което той използва за поколенията е съгласно фактора степен на боравене с информационни технологии, на база, на който, се открояват следните **четири категории** хора¹:

- **Чужди на дигиталното (*Digital Aliens*)** – родените преди 1945 г. Това са поколенията на Старейшините и Строителите. Характерно за тях е, че те изцяло са предшественици на технологиите. Интернет, подкаст, онлайн игри, социални мрежи са изцяло чужди понятия за тях.
- **Дигитални Имигранти (*Digital Immigrants*)** – поколението Бейби бум, родено между 1945 г. и 1965 г. Достигнали са зряла възраст без дигитални технологии. Една част от тях сполучливо се възползват от новите технологии, останалите ги приемат с неохота.
- **Адаптиращи се към дигиталното (*Digital Adaptives*)** – поколението X. Родени между 1963 г. и 1983 г. те са вкусили дигиталните технологии още в юношеството. Поколението X с желание „прегръща“ технологиите, които го превръщат в консуматор.
- **Дигитални туземци (*Digital Natives*)** – Поколения Y, Z и „Алфа”. Живеят изцяло потопени в дигиталните технологии. Поколението X се явява междинно и е своеобразен мост между по-старите и по-младите, а поколенията Y (1983 г. – 2003 г.) и Z наричат „ключ

¹ Стоянова, П., Поколението на дигиталната книга, Медии и обществени комуникации, Научно електронно списание, брой 8, януари, 2011 г.

към революцията в комуникацията.” Поколениято Z Generation е поколението, родило се в първите години на новия век. Това, което предишните поколения наричаха „нови технологии” или „технологии на бъдещето” за Z поколението вече е настояще. Това е и най-открояващата се разлика между тях и предишното Y поколение, чието детство се е случило преди технологичния бум. Поколениято „Алфа“ (2010 г.-2025 г.) е първото, което ще израсне изцяло през XXI век, под знака на дигиталните технологии. Децата „Алфа“ почти не познават аналоговия свят.

Настоящата проблематика, касаеща **новият тип номадство**, е изследвана от редица утвърдени социални философи и учени, като McLuhan, M., Deleuze, G. & Guattari, F., Attali, J., Bauman, Z., Urry, J., Mitchell, W. и др. Независимо от това, че научният дискурс за новите номади или т.нар. **дигитални номади** се води вече близо 60 години, той не само, че не отслабва, но и се разширява и задълбочава. Към настоящия момент в базите данни с научни публикации Scopus и Academia.edu са регистрирани около 1500 източници, изследващи дигиталното номадство, в различни области и различни взаимовръзки между тях. Основна причина за неугасващия интерес към дигиталното номадство е неговото **превръщане от бъдеща в реална социална практика**. Дигиталните номади са хора, които в процеса на своята професионална дейност, образование, творчество и свободно време, не са обвързани с някакво определено място, благодарение на използването на интернет технологиите и мобилните връзки.² Перманентната „мобилност“ и „свързаност“ с Мрежата са базови характеристики на дигиталните номади, благодарение на които, тяхната култура също се превръща в мобилна и глобална. Става въпрос за географска и социална мобилност, т.к. дигиталните номади лесно променят, както своето местоположение, така и социалните роли. Към настоящия момент *дигиталното номадство се е превърнало в една от най-важните тенденции на XIX век*, която трябва да се разглежда, както в контекста на глобализацията, така и на местно ниво.³

² Makimoto, T. & Manners, D. (1997) Digital Nomad. Wiley; New York.

³ Кужелева-Саган И. П., Спичева Д. И., Феномен цифрового кочевничества в современном междисциплинарном дискурсе // Вестн. Том. гос. ун-та. 2020. №454. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-tsifrovogo-kochevnichestva-v-sovremennom-mezhdistsiplinarnom-diskurse> (дата обращения: 19.12.2022).

Понятието „дигитален номад“ се появява в научните трудове, благодарение на книгата Digital Nomad на Tsugio Makimoto и David Manners.⁴ В по-голяма част от научната литература преобладават описателните дефиниции на дигиталните номади, според които те се определят като нееднородна по демографски признак, професионална и национална принадлежност група хора, които „избират независим от местоположението, технологично оборудван начин на живот“, който им позволява да пътуват и работят дистанционно, навсякъде, където има Интернет връзка. Т.к. описателните определения за дигиталните номади не позволяват еднозначно да бъдат диференцирани, то това изисква да се посочат допълнителни отличителни признаци, а именно⁵:

- използват дигитални цифрови устройства;
- често пребивават в „трети места“, оборудвани с безжична връзка, coworking пространства, кафенета, библиотеки и др.;
- стремят се към свобода на избора (цели, методи, работни места и др.)
- искат самостоятелност при избора на професионални проекти и местоположение при извършване на дейностите;
- очакват признание на стойността на знанието;
- владеят на т.нар. „номадски език“ – определени абривиатури, езикови съкращения, визуални кодове и др.)
- притежават умения за сътрудничество;
- част са от различни виртуални общества;
- усещат себе си като граждани на света;
- имат нетърпимост към каквито и да било форми на дискриминация;
- изпитват смелост и жажда за приключения.

Дигиталните номади са „продукт“ на глобализацията с нейните универсални ценности и виртуално пространство. Coworking вълната допринесе за развитието и на явлението Coliving. Вече няколко различни компании, между които и WeWork Inc., доставчик на coworking простран-

⁴ Makimoto, T. & Manners, D. (1997) Digital Nomad. Wiley; New York.

⁵ Пантыкина М.И. Цифровые кочевники как экономические акторы: особенности социально-экономической практики // Вестник Томского государственного университета. 2022. No 475. С. 83–92. doi: 10.17223/15617793/475/11

ства, включително физически и виртуални споделени пространства, със седалище в Ню Йорк, предлагат жилищни сгради, където дигитални номади могат да отседат краткосрочно или дългосрочно и където имат всичко необходимо да живеят, работят и най-вече да се запознават с други хора като тях.

3. ВЪЗДЕЙСТВИЕ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА

Дигиталните номади са независими и високообразовани хора, търсещи нещо ново и устойчиво във времето. Някои от тях работят като журналисти, графични дизайнери, блогъри, фотографи и др. и много често се превръщат в травъл блогъри, влогъри или инфлуенсъри, които *споделяйки своите туристически изживявания в избрани дестинации, градове, места за настаняване или заведения, оказват значително влияние върху туристическите потоци*. Мобилните технологии, подпомагащи движението на дигиталните номади реструктурират по-ефективно времето, което отделят за пътуване и ресурсите, които са им необходими. ***Дигиталните номади, често се превръщат в туристи, които остават за по-дългосрочни периоди, участвайки активно в популяризирането на туристическите дестинации и места, както в своята общност, така и извън нея, като по този начин привличат и други туристи.***

Платформата WebWorkTravel⁶ стартира през 2014 г. като първата Facebook група за дигитални номади, предоставяща възможност за общуване на номади от различни райони по света. Към настоящия момент групата вече има над 55 000 членове от цял свят, които представляват своята общност. *Платформата предоставя информация за конкретни туристически дестинации посредством Digital Nomad Guide*. Част от тези дестинации са Барселона, Кейптаун, Буенос Айрес, Белград, Банког и др. **Популяризирането на туристическите дестинации** се осъществява и посредством собствени класации за дигитални дестинации, които предлагат подходящи условия за coworking и coliving. Тези класации се споделят и в две от най-големите Facebook групи на дигиталните номади с над 220 000 членове от цял свят – Nomadbase – The Digital Nomad Community и Digital Nomads Around the World. WebWorkTravel предоставя актуална информа-

⁶ <https://www.webworktravel.com/>, посетено на 18.12.2022 г.

ция и за популярната сред дигиталните номади в последните три години дестинация в България – Банско.

През изминалата година Банско привлече стотици дигитални номади и хора, работещи дистанционно, от цял свят, за да отпразнуват независимия начин на работа и живот. В продължение на 7 дни, участниците в Bansko Nomad Fest имаха възможността да чуят 70 вдъхновяващи лектори, да се включат в различни семинари и да споделят своите истории. Част от програмата бяха *разнообразни активности като преходи в планината, рафтинг, планинско колоездене, винени турове и други дейности, които позволиха на участниците да се докоснат до българската природа и всичко, което планината и Банско може да им предложи.*

Bansko Nomad Fest стартира още през 2020 г. и дори по време на пандемия, успява да привлече стотина участника. През 2021 г. събитието привлича над 300 дигитални номади от цял свят, а през 2022 г. – 550 номади от над 40 държави. *Целта на фестивала е да покаже града и неговите забележителности.* Събитието се организира от Coworking Bansko и е подкрепено от Община Банско.⁷ Матияс Цайтлер, инициаторът на проекта, пристига в Банско и създава споделено работно пространство през декември 2016 г., като впоследствие планинският град се превръща в притегателен хъб за дигитални номади в Европа. Днес Coworking Bansko е в епицентъра на общността от стотици дигитални номади в града всеки месец, *осъществявайки по този начин постоянна и ефикасна **реклама на България като туристическа дестинация.***

Дигитални номади от цял свят се готвят да трансформират и хотел „Рила” в “Coliving Semkovo” – място за споделена работа и отсядане в планинския курорт Семково с размери от 16,700 кв. м. Основната идея е бившият хотел да се превърне в сграда с 200 отделни апартамента за живеене и да предложи уникална среда за живот и работа на отдалечено място сред природата, с огромни общи пространства, които да се ползват от всички живеещи там. “Coliving Semkovo” предоставя *възможност на курорта Семково да се **препозиционира** като предложи комбинация от място за дистанционна работа и **различни активности през свободното време:*** зимни спортове, вело маршрути, планински преходи и много други активности в планината. *Популяризирането на дестинацията ще се осъществ-*

⁷ <https://www.travelnews.bg/bg/news/16523498763889/bansko-se-prevrashta-v-stolitsa-na-digitalnite-nomadi-prez-lyatoto>, посетено на 13.12.2022 г.

вява и посредством предлагане на различни допълнителни туристически услуги в района, които ще допринесе за развитието и на местния туристически бизнес.⁸

Според специалисти до 2035 г. броят на дигиталните номади в световен мащаб ще достигне 1 млрд. души. Към настоящия момент България се нарежда на 62-ро място в Digital Nomad Index – стандартизиран индекс, в който в световен мащаб са обявени държавите, които предоставят атрактивни условия за дигитални номади.

Тук е мястото да се отбележи, че някои държави вече издават и специална **Digital Nomad виза и/или са разработили специална маркетингова стратегия**, която да ги популяризира сред тези среди. **Италия** обяви, че ще издава визи на дигиталните номади, позволяващи на хора нерезиденти да работят дистанционно в страната цяла година. **Хърватия** започна да приема дигитални номади през януари 2021 г., поставяйки редица условия пред кандидатстващите, свързани с доказателства за определен доход, с който да издържат престоя си или определена сума спестявания, като временният престой за отдалечените работници се предоставя за максимум една година и не може да бъде удължен. **Дубай**, от своя страна предлага възможността хора от различни националности да кандидатстват по програма за отдалечена работа, при условие че печелят еквивалента на 5000 долара на месец. **Бахамските острови** също въведоха 12-месечно разрешение за пребиваване, наречено BEATS, което позволява на дигиталните номади свободно движение между 16 различни острова, включително Андрос, Ексума, Елеутера и Парадайз Айлънд. **Естония** е пионер в предоставянето на възможности за привличане на чуждестранни дигитални номади много преди появянето на COVID-19. От август 2020 г. дигиталните номади, които отговарят на необходимите изисквания, могат да кандидатстват за възможността да живеят до една година в Естония и да могат да работят легално чрез програма, при която се изисква стабилен договор за работа от разстояние, или месечен доход от около 3500 евро без данъците.

Перспективите за развитието на **Гърция**, за които дигиталните номади допринасят пряко беше тема и на първата конференция „Работа от Гърция“, организирана от Marketing Greece – обединение, създадено за представяне на възможностите на гръцкия туризъм. Според министърът

⁸ www.colivingsemkovo.com, посетено на 22.12.2022 г.

на туризма Василис Кикилиас *Гърция може да съчетае традиционното гостоприемство със съвременните инструменти на маркетинга, които подпомагат представянето на нови туристически продукти.* Освен това представители на големи международни компании изразяват желание да работят в Гърция и заявяват, че климатът на страната подпомага доброто психологическо състояние на служителите им. Министерството на външните работи на Гърция вече е въвело специални бизнес визи, **визи за дигитални номади** и студентски визи, пристъпвайки към въвеждането и на медицинска виза за посетители, които искат да дойдат в Гърция за лечение. *Дългосрочните визи се превърнаха в предпоставка за дигиталните номади по света да практикуват и по този начин развиват различни видове туризъм и дейности, които се отличават от стандартните пакетни предложения за почивки и пътувания, отваряйки нова пазарна ниша за туристическата индустрия, както на национално, така и на регионално ниво.*

Новите възможности, които се откриват пред туристическите дестинации и места за настаняване вече се наблюдават и в България. Пример за това е курортният комплекс Албена, който предлага на дигиталните номади и големите компании да пренесат офиса си на плажа, вдъхновявайки креативността си. Услугата **Албена Бизнес** е както за хората, които мечтаят да пренесат офиса си на плажа, така и за *техните семейства, които могат да се насладят на всички спортни и културни мероприятия, които курортът предлага ежедневно.* В целия комплекс има разположени няколко „офис“ локации на плажа и в хотелите, като всяка от тях предлагат самостоятелни бюра и тимдескове, бърз бизнес интернет, офис кът с техника, както и бариста кафе и капучино. След успешния старт тази година, през следващия летен сезон се очаква от услугата да се възползват над 5500 бизнес посетители от цял свят. *За българския пазар услугата ще бъде достъпна и извън летния сезон, като комбинация с почивка в СПА центъра и балносанаториума в комплекса.*

Прави впечатление, че всички изброени държави, предлагащи възможности и условия за дългосрочно пребиваване на дигиталните номади, са добре разпознаваеми туристически дестинации, които предоставят голям избор от основни и допълнителни туристически услуги. Потвърждение на тезата за силното влияние на дигиталните номади върху развитието на туризма е и мнението на Талеб Рифай, бивш генерален секретар на Световната организация по туризъм и член на Finn Partners Travel Practice

Advisory Board, според който **дигиталните номади ще променят облика на световния туризъм.**

Чрез своят начин на живот и дейност, дигиталните номади **подпомагат популяризирането и на нетолкова познати туристическите дестинации и места.** Пример за това е книгата „Селата в България. Посокки за туризъм и култура“, чиято основна цел е подпомагане развитието на туризма в България посредством прилагането на т.нар. travel журналистика, която все още не е толкова популярна в страната. *Сайтове като Great Nomad също много успешно промотират идеята за дългорочни ваканции, като начин за живот, допринасяйки, както за дългосрочна заетост на местата за настаняване, така и постигане на заетост извън натоварения туристически сезон.*

Влиянието на дигиталните номади може да се отбележи и в областта на **крузината индустрия.** Концепцията за дистанционна работа през последните години, включително по време на пандемията се утвърди, и без съмнение броят на хората, които могат да работят дистанционно продължава да нараства. Хора от различни области напускат работата си или променят позициите си, за да изживяват номадския начин на живот. Това е и една от основните причини да се зароди идеята за **Nomad Cruise – крузини пътешествия, предназначени специално за дигитални номади, които са решили да живеят независимо и свободно,** създадена от Йоханес Фолкнър. Тези круизи предоставят среда за учене, споделяне, създаване и свързване и плават под мотото за **единствената пътуваща конференция за дигитални номади,** предприемачи и глобални търсачи на свобода. Номадските круизи стартират през 2015 г. от Гран Канария, Испания до Бразилия, със 120 номади на борда на Sovereign – един от най-големите кораби на круизната компания Pullmantur. Към настоящия момент вече са осъществени 10 круиза – до Португалия, Доминиканската Република, Панама, Гърция и последният круиз до Дубай с общо над 1250 участници от 65 националности. *В пакетите на круизите са включени и редица брегови екскурзии до различни дестинации, организирани посещения на туристически атракции, включително и празнични оферти.*⁹

Интерес представлява и услугата **Coboat** – „споделяната работна лодка“, чиито гости могат да избират дестинации като Югоизточна Азия и Средиземноморие, с организирани излети, като пътувания с акваланг

⁹ <https://www.nomadcruise.com/>, посетено на 20.12.2022 г.

и други водни спортове. За целта, двама „капитани по комуникацията“ се запознават с гостите преди те да се качат на борда, за да помогнат в организирането на дейностите по време на пътуването в съчетание с работния им процес.¹⁰

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Влиянието на дигиталните номади върху развитието на туризма може да се отчете на национално, регионално и местно равнище. Всички разгледани примери допринасят за твърдението, че взаимодействието на туристическата индустрия с общността на дигиталните номади, допринася за положителния растеж на туризма и популяризирането на туристическите дейности и услуги.

Използвани източници

1. Кужелева-Саган И. П., Спичева Д. И., Феномен цифрового кочевничества в современном междисциплинарном дискурсе // Вестн. Том. гос. ун-та. 2020. №454. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-tsifrovogo-kochevnichestva-v-sovremennom-mezhdistsiplinarnom-diskurse>
2. Пантыкина М.И. Цифровые кочевники как экономические акторы: особенности социально-экономической практики // Вестник Томского государственного университета. 2022. No 475. С. 83–92. doi: 10.17223/15617793/475/11
3. Стоянова, П., Поколение на дигиталната книга, Медии и обществени комуникации, Научно електронно списание, брой 8, януари, 2011 г.
4. Makimoto, T. & Manners, D. (1997) Digital Nomad. Wiley; New York.
5. McLuhan, M. (2014) Understanding Media: The Extensions of Man
6. <https://www.travelnews.bg/bg/news/16523498763889/bansko-se-prevrashhta-v-stolitsa-na-digitalnite-nomadi-prez-lyatoto>
7. <https://www.nomadcruise.com/>
8. <https://www.coboat.org/>
9. <https://www.webworktravel.com/>
10. www.colivingsemkovo.com

¹⁰ <https://www.coboat.org/>, посетено на 23.12.2022 г.

КРОСКУЛТУРНА ДИГИТАЛНА КОМУНИКАЦИЯ В ТУРИЗМА

ас. д-р Виолета Донева-Янкулова
Департамент „Администрация и управление“;
Нов български университет

Резюме. Кроскултурната комуникация в туризма, засяга почти изцяло сферата на дейност на туристическия бизнес, както при общуването в организацията, така и при контакта с клиентите. Кроскултурната комуникация обхваща взаимодействието между различни култури, ценности, между различни националности и общества. При съвременните условия на глобализация, след кризата с Covid-19 и настоящата инфлация все по-често се в туризма наблюдава установяването на дигитално управление и екипи, които дори физически не се намират на територията на една държава. Предизвикателствата пред туризма са толкова големи във връзка с кроскултурните комуникации, че в настоящия доклад ще бъде направен опит за очертаване на аспектите на кроскултурната комуникация в нашето съвремие а именно, глобален свят след световна пандемия, дигитализация и използване на интернет във все повече сфери на живота и труда все по-голям достъп до туристически услуги, въз основа на съвременните по-евтини и по-наситени транспортни връзки. Настоящата доклад е свързан именно с този аспект на туризма и управлението на туризма, който се развива в изключително дигитална среда. В този смисъл туризмът ще е обект на доклада, а аспектите, които влияят на кроскултурната комуникация ще са предмет. Използвани системния подход и традиционни научно-изследователски методи: историческият, сравнителният, метода на анализа и синтеза, метода на наблюдението, диференцираният, аналитичният, комбинираният и др., проучена е наша и специализирана литература, използвани е опита на страните с развита туристическа индустрия.

Ключови думи: кроскомуникация, туризъм, дигитализация.

CROSS-CULTURAL DIGITAL COMMUNICATION IN TOURISM

Assist. Prof. Violeta Doneva-Yankulova, PhD

*Department of Administration and Management,
New Bulgarian University*

Abstract. Cross-cultural communication in tourism affects almost entirely the field of activity of the tourism business both in communication within an organisation and in contact with customers. Cross-cultural communication covers the interaction between different cultures, values, nationalities and societies. Under the modern conditions of globalisation, after the Covid-19 crisis and the current inflation, the establishment of digital management and teams that are not even physically located on the territory of a country is being increasingly observed in tourism. The challenges facing tourism are so great in relation to cross-cultural communications that in this paper an attempt is made to outline the aspects of cross-cultural communication nowadays, namely, a global world after a global pandemic, digitalisation and the use of the Internet in virtually every sphere of life and work, increasing access to tourism services, based on modern transport links, both cheaper and more intensive. The paper focuses on this aspect of tourism and tourism management developing in a highly digital environment. In this sense, tourism is the subject of the paper, while its object is the aspects that influence cross-cultural communication. The systematic approach and traditional research methods were used: historical, comparative, analysis and synthesis, the observation method, differentiated, analytical, combined, etc.; specialised literature was studied and the experience of countries with a developed tourism industry was used.

Keywords: cross-communication, tourism, digitalization

„Тъй като светът продължава да се движи към цифровото пространство, новите комуникационни канали и усъвършенстваните платформи за данни създадоха възможности за организациите да подобрят

изживяването на своите клиенти и да се адаптират към новите начини за правене на бизнес“¹.

Организационната същност и съответстващата ѝ организационна култура непрестанно се променят в зависимост от новите социални реалности и цели, които си е поставила организацията. Съществува връзка между същност, цели, функции, структура и дейности, специфични за дадена организационна единица. Ограниченията на дигиталното общуване представляват често трудност за туристическите компании. Дигитализацията представлява и огромна възможност, особено за туризма, тъй като той е един от най-бързо развиващи се сектори в световен мащаб. Една от водещите теоретични идеи на управленските науки е, че основна отговорност на всички ръководители е да формират и поддържат отличителните черти на организациите, с които те повишават ефективността на работата си и се представят в обществото. Най-фундаменталната от тях е организационната култура и в това число кроскултурата. Тя дава целеви смисъл на поведението, единство и интеграция в мисли, чувства и поведение на членовете на организацията, осигурява хармонизация със средата и формира интуитивна база за равновесие, за промяна и развитие т.е. осигурява нагласа за стратегически действия.

„Дигиталната икономика трансформира процеса на общуване с туристи и маркетинг на туристически услуги и открива нови и изключително креативни начини за предоставяне на туристически услуги и подобряване на изживяването на посетителите. Тя променя начина, по който се организира работата, предоставяните услуги и също така представя възможностите да се възползваме от цифровия напредък за обработка на транзакции, улавяне и обработка на информация и данни за търсенето и предлагането в туризма, както и подобряване и свързване на операциите по веригите на стойността на туризма и екосистемите“².

Неразбирането на особеностите в страната на пребиваване или въздействието на друга култура може да се отрази върху туриста в по-голяма степен, отколкото смяна на климата или различна храна. Знанията за интеркултурна комуникация имат много широко приложение в туризма.

¹ Van Glabbeekjeroen (2020): “the 2021 digital Communication trends that will Boost Your Business”, MartechZone, <https://martech.zone/digital-communication-trends> [accessed Dec 29 2022].

² OECD Tourism Trends and Policies 2020, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>, 62.

Кроскултура в туризма представлява цялост от общо разграничените основни познания и опит, ценности и норми, тя е и модел на ориентация за усъвършенстване на управлението. Кроскултура решава проблеми на напасването към външната среда за туристическата компания и вътрешната интеграция като се изгражда чрез общите убеждения, които се предават на новите служители, така че да могат да възприемат, мислят, чувстват и действат по правилния начин в общност с екипа на туристическата компания.

Предвид, че множество туристически компании имат служители главно на управленско ниво, заети, и упражняващи труда си главно дигитално, е необходимо да се обърне внимание кои групи са това:

- Компании от Европейския съюз, Северна Америка, Австралия, Нова Зеландия и Китай – това са регионите в света, които наемат дигитален труд, тоест бихме могли да ги наричаме рецепиенти на работна сила от други части на света.
- От друга страна са всички заети от други страни, както и вътре в Европейския съюз, между държави – те са емитиращи.

Културните разлики между заетите в една компания често засягат основните и дейности. По отношение на обхвата те биват:

- Локални: между различни общности с една и съща националност;
- Междурегионални – заети от различни райони в рамките на една държава;
- Интернационални – в рамките на един континент или една политическа общност;
- Световни – заети от различни континенти, държави без обща идентичност.

По отношение на туристите – те се емитират предимно от държави с относително силни икономики или по транснационални договори и техният обхват съвпада като дефиниране с категориите на обхват на емитиращите служители държави.

По отношение на мотивите за наемане на хора от различни места по света:

- Най-ярък е цена на труда;
- Данъчна и осигурителна политика;
- Качество на образование;
- Осигуряване на по-високо качество на обслужване;

- Възможност, създадена от по-наситените и по-евтини транспортни връзки;
- Наличие на интернет.

При туризма е характерно, че кросткомунакциите се наблюдават на ежедневна база, тъй като е налична комуникация, както между туристите, така и с турагентите, туроператорите в хотелиерството и ресторантьорството, екскурзоводството, и при всички допълнителни услуги. Поради тази причина, туризма е предмети и обект на кроскултурна комуникация, носител на проява на ценности, национална и локална идентичност, религиозна идентичност, но също така поради естеството на бизнес е носител на възможност за кроскултурно разбирателство и толерантност между различните култури.

Туристическият сектор използва много информация и можем да кажем, че е „информационно интензивен“. „Разбирането на дигиталното навлизане от малки и средни компании в туризма е особено важно, тъй като около 85% от тези компании с основна роля в предоставянето на туристически услуги в страните от ЕС и ОИСР са малки и средни (напр. услуги за настаняване и хранене, туристически агенции, туроператори). Въпреки че съставляват по-голямата част от туристическия бизнес, малките, средните и микрокомпаниите се сблъскват с повече трудности при вертикалното интегриране, отколкото по-големите компании (като хотелските вериги в подсектора на настаняването) и достигането до потенциални клиенти³”.

Съществува установено схващане за културата и нейното влияние върху организациите. В тях тя се интерпретира като „комплекс от най-общи схващания, социални норми и характерни материални особености, формиращи сбор от етични, расови и религиозни традиции на социалните групи. В този „комплекс“ се включват знания, възгледи, морал, ценности, взаимоотношения, език, закони, традиции, обществено мнение, религии, ритуали и изкуство, но в центъра му е отделния човек като член на обществото с неговия специфичен начин на възприятие на събитията⁴”.

Елементите на фирмената култура, по мнение на много автори, са структурирани на няколко нива.

³ OECD Tourism Trends and Policies 2020, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>, 62.

⁴ Langer, B. – Früherfassung der Unternehmenskultur als Risikofaktor bei Mergers & Aquisitions, Hamburg – 1999.

От страна на поведението съществуват три нива⁵:

- доверие и вярвания отпечатани в съзнанието на заетите;
- ценности и отношения, за които заетите са направили избор;
- индивидуално и групово поведение вътре в организацията.

По отношение на съдържанието, фирмената култура може да бъде структурирана в три нива:

- повърхността – поведение, лозунги,
- на второ ниво – ценности и стандарти по отношение на добрите и слабите страни в организацията, развитие на организацията и заетите лица;
- дълбоко ниво – обвинения към персонала.

В интерес на изследването на кроскултурната комуникация е необходимо да се отбележи, че комуникацията между лица, които имат обща култура, се изразява не само с общ език, а и на осподелени ценности, поведение, отношения и възгледи. Този тип комуникация се различава фундаментално от комуникацията между хора с различна култура, било то на основа националност или религиозно различие. Фундаментално за кроскултурното общуване, е че спецификата на културното влияние е най-ясна именно при диалога между носителите на различна култура.

Цифровите технологии трансформират повечето индустрии и създават нови предизвикателства и възможности за компаниите. В туристическия сектор интернет позволява на местните жители и пътниците да се свързват и комуникират директно. „Туризмът, като социално-икономически феномен, представлява движението на хора с цел задоволяване на туристически потребности“⁶. „Прилагането на дигиталните технологии и тяхното по-нататъшно оценяване коренно променят начина, по който хората живеят и работят. Но скоростта на цифровизацията е под влиянието на редица фактори като социални и демографски характеристики; политическия контекст; законови рамки; геофизични среди; наличност, достъп до и осведоменост за различни технологии; икономическите ус-

⁵ Robert J. House, Paul J. Hanges, S. Antonio Ruiz-Quintanilla, Peter W. Dorfman, Mansour Javidan, Marcus Dickson, and About 170 GLOBE Country Co-Investigators – CULTURAL INFLUENCES ON LEADERSHIP AND ORGANIZATIONS:PROJECT GLOBE.

⁶ Ilić B., Stefanović V., Žikić S. (2020): Specifics of Leadership in Tourism with the Aim of Successful Business Processes, Megatrend revija, Vol. 17, No 1, 2020. 89-109.

ловия, които формират доверието, инвестициите и т.н.; какво се случва в конкурентна среда; и влияние върху пазара”⁷.

Проблеми могат да възникнат особено при комуникация лице в лице в областта на туризма поради факта, че някои култури са по-индиректни, формални, резервирани и самоиронични, докато други са по-директни, неформални, емоционално ангажирани и саморекламиращи се. Това, което е приемливо в туристическа среда и може да се възприема като много положителна комуникация в една култура, може да се счита за неправилно и лошо в друга. Тъй като в международната туристическа комуникация могат да се появят точки на неразбиране поради такива проблеми, препоръчително е заетите в туризма да притежават, ако не кроскултурни компетенции и умения, поне кроскултурно осъзнаване на такива различия.

Теоретични показатели:

Парадигмата на Хофстеде: За да бъдете ефективни в общуването между културите, не е достатъчно да се разпознават разликите в поведението, а по-скоро да се разбират основните фактори, отговорни за тези различия⁸. основополагащите изследвания върху културните измерения представляват фундаменталната теоретична основа на курса. Според неговото изследване културите могат да бъдат класифицирани според следните измерения:

- Дистанция с нисък срещу висок интензитет (индекс на дистанция на властта PDI) – изразява начина, по който хората възприемат разликите във властта. От тази гледна точка англо-германските страни се считат за култури с ниска власт и следователно работодателите и служителите имат по-демократични нагласи. По същия начин бизнес мениджърите, работещи в тези култури, трябва да очакват решенията им да бъдат поставяни под въпрос или трябва да се консултират и да включат своите подчинени в процеса на вземане на решения. На противоположния полюс, в

⁷ Dredge Dianneet. al. (2018): Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure. SME-17-C-091-A for EASME, Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen, 11.

⁸ Hofstede, G. – Cultures Consequences: International Differences in work-related values – 1980, 1998, 2001, 2004.

дистанционните култури с висока власт (напр. Малайзия и други азиатски и африкански държави) подчинените признават властта въз основа на формални и йерархични позиции.

- Индивидуализмът (IDV) срещу колективизма изразява степента, в която хората смятат себе си за принадлежащи към група като напр. семейство, религия, професия и т.н. От тази гледна точка индивидуализмът преобладава в западните страни, докато колективизмът преобладава в по-слабо развитите и източните страни.
- Мъжествеността (MAS) срещу женствеността, понякога известна като Количество на живот срещу Качество на живот, изразява стойността, приписвана на мъжките ценности (т.е.: конкурентоспособност, амбиция, натрупване на богатство) срещу женски ценности (т.е.: качество на живот и връзка). Държави като Япония, Германия, Австрия и Швейцария фигурират високо в скалата за мъжественост, докато Франция, Испания и Тайланд са умерено ниски.
- Ниско срещу високо избягване на несигурността (Индекс на избягване на несигурността – UAI) оценява как хората се справят с безпокойството чрез минимизиране на несигурността. Културите с висока степен на избягване на несигурността като Япония и Германия приемат правилата и законите като мерки за сигурност и служителите са склонни да останат по-дълго при своя работодател. Ниско избягване на несигурност или приемане на несигурност култури като американската и китайската култури се подчиняват на по-малко правила, допускат различни мнения и предпочитат по-гъвкави правила и насоки.
- Дългосрочната ориентация (LTO) спрямо краткосрочната ориентация оценява дали хората са ориентирани към бъдещо развитие. Културите на дългосрочна ориентация се адаптират към промените, насърчават прагматичните добродетели и са ориентирани към бъдещо развитие, докато краткосрочната ориентация включва уважение към традицията, запазване на „лицето“ и изпълнение на социални задължения, по-консервативно поведение. Резултатите за дългосрочна ориентация са най-високи в Източна Азия, умерени в Източна и Западна Европа и ниски в мюсюлманския и английския свят, Латинска Америка и Африка.

От друга страна в модела за рангиране на културата на Шайн⁹ – организационната култура има 3 нива:



Фиг. 1 Модел за рангиране на културата на Шайн
Систематизация на автора

В рамките на отделната организация може да има глобална, обща култура, т.е. туристическа организация се възприема като една социална система, с която всеки член на организацията се идентифицира и чиито норми се считат за задължителни. Всеки един член се чувства като част от цялото, застъпва се за него и се радва на успехите на собственото хотелско предприятие. Така обикновено изглежда желаният идеален случай. Социално-психологическите изследвания във връзка с теорията за социалната идентичност показват, че такова идентифициране е толкова по-успешно, колкото по-лесно собствената група може да се разграничи от чуждата група, колкото по-високо се оценява резултата на собствената група, колкото по-силна е емоционалната връзка с тази група и колкото доверието към тази група е по-голямо. Решаващото за социалната идентичност на даден човек е към коя конкретна групировка той се чувства, че принадле-

⁹ Schein, E. H. – Organizational Culture and Leadership, San Francisco – 1992.

жи. Това може да бъде туристическата организация, в който работи, или други групи, които са от голямо значение за самооценката.

Съществуват дефиниции по отношение на подчертаното културното взаимодействие в туризма, като то е част от всяка туристическа дейност – взаимодействие между туристите и другите посетители, туристите и туристическите предприятия в процеса на туристическото обслужване, взаимодействието между държавата и обществото и туристическия бранш като набор от факти и взаимоотношения, се дефинира¹⁰. Туристическият сектор в кроскултурната комуникация стана незаменим и много важен. Кроскултурна комуникация, взаимодействие между хора, принадлежащи към различни култури и техните трансфери на значения, чуждо възприятие и културни различия за обяснение на въпроси като спазване на стандарти и знания от обучения, главно във туристически обекти с висока категоризация или в туристически курорти. Съществуват изследвания, които установяват, че първата дигитална трансформация на туризма започва в транспортните компании, които е необходимо да направят преживяването на пътника възможно най-безопасно и удобно и да включат много протоколи за безопасност¹¹. Цялата необходима информация трябва да бъде намерена онлайн. Туристите търсят по-безопасни и по-персонализирани хотели по-гъвкави резервации, също така и по-гъвкави резервации, които в бъдеще вероятно ще зависят повече от дигиталните приложения, създавани по целия свят. От друга страна при срещата на различните култури, езици, ценности и вярвания е изключително важно културната идентичност да се установи. В областта на туризма културната идентичност в дестинациите представлява водещ мотив за пътуване и в този смисъл е необходимо да се опазва. След Covid-19 туризма се връща към постоянния темп на нарастване на приходите от сектора, като за държавите реципиенти това е от огромно значение за БВП, от друга страна туризмът позволява хората от различни култури да се опознават, да изграждат толерантност и търпимост. От друга страна, като международен бизнес туризма е необходимо да изследва културни характеристики, извън чисто икономическите, тъй като всяко общество има своите културни

¹⁰ Kozak, Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities, 1996 [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00064-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00064-9).

¹¹ Guevara Patricia Ruiz, <https://opinno.com/insights/post-covid-tourism-digital-personalized>

елементи.

Бързото нарастване на цифрови технологии беше продиктуван от новите технологии и глобализацията, сега има нова основа за ускорение – пандемията Covid19. Цифровите технологии направиха революция в комуникацията днес. За да останат конкурентоспособни и да се възползват от тези нови технологии, туристическият сектор и дестинациите ще трябва да започнат да ги прилагат интензивно и по-широко. От друга страна не бива да се пренебрегват предизвикателствата при кроскултурната комуникация дори и в дигитална среда. Настоящия доклад доказва необходимостта от допълнителни и детайлни научни изследвания в областта на управлението на дигиталната кроскултурна комуникация в областта на туризма, осланяйки се на всички аспекти на комуникация налични в сектора. Също така е необходимо да се обърне специално внимание на транснационалната дигитална заетост в сектора и кроскомуникацията в изпълнение на трудовите задължения.

Използвани източници

1. Донева-Янкулова, В., Еволюция на теоретичната мисъл за организационната култура в хотелиерството, Авангард прима, ISBN 978-619-160-243-8 София, 2013 г.
2. Донева-Янкулова, В., Особенности на организационната култура в хотелиерството, Авангард прима, ISBN 978-619-160-244-5, София, 2013.
3. Донева-Янкулова, В., Добри практики на организационната култура в хотелиерството, Авангард прима, ISBN 978-619-160-245-2, София, 2013.
4. Van Glabbeekjeroen (2020): “the 2021 digital Communication trends that will Boost Your Business”, MartechZone, <https://martech.zone/digital-communication-trends> [accessed Dec 29 2022].
5. OECD Tourism Trends and Policies 2020, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>, 62
6. Langer, B. – Früherfassung der Unternehmenskultur als Risikofaktor bei Mergers & Acquisitions, Hamburg – 1999.
7. Robert J. House, Paul J. Hanges, S. Antonio Ruiz-Quintanilla, Peter W. Dorfman, Mansour Javidan, Marcus Dickson, and About 170 GLOBE Country Co-Investigators – CULTURAL INFLUENCES ON LEADERSHIP AND ORGANIZATIONS: PROJECT GLOBE.
8. Plić B., Stefanović V., Žikić S. (2020): Specifics of Leadership in Tourism with the Aim of Successful Business Processes, Megatrend revija, Vol. 17, No 1, 2020. 89-109.

9. Dredge Dianneet. al. (2018): Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure. SME-17-C- 091-A for EASME, Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen, 11.
10. Hofstede, G. – Cultures Consequences: International Differences in work-related values – 1980, 1998, 2001, 2004.
11. Schein, E. H. – Organizational Culture and Leadership, San Francisco – 1992.
12. Kozak, Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities, 1996 [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00064-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00064-9).
13. Guevara Patricia Ruiz, <https://opinno.com/insights/post-covid-tourism-digital-personalized>

ЛИТЕРАТУРА, КУЛТУРА И МЕТОДИКА

WAR IN THE “MOMENTS“ BY YURI BONDAREV

*Assoc. Prof. Tatiana Fed, PhD
Department of New Bulgarian studies,
New Bulgarian University*

Abstract, Literature on the Great Patriotic War penetrates into Bulgaria after September 9, 1944, when a socialist revolution takes place in the country. This date marked the beginning of a series of profound changes in the development of Bulgaria. The works of Yuri Bondarev, Vasil Bykov, Grigory Baklanov, Vasily Belov, Boris Vasiliev, Alexander Chakovsky were translated in the 60-80s. Out of these writers, the first place in popularity was taken by Yuri Bondarev (March 15, 1924) whose military prose captivated the Bulgarian reader. The following novels were published in Bulgarian: “The last volleys” („Последние залпы”, 2 editions: 1960 and 1981 translated by Atanas Dalchev), “Battalions ask for fire” („Батальоны просят огня”, translated by L. Kaukova, 1961), “Hot Snow” („Горячий снег”, 4 editions translated by Nedyalka Khristova: 1971, 1975, 1980, 1983 – 25,000 copies each edition), “Shore” (2 editions: 1977 and 1982 translated by Petrinskaya). His collection of short stories “Moments” (translated in Bulgarian in 1981) also depicts short scenes from the war. At certain moments, the look at wartime becomes more philosophical: from the height of his great artistic and life experience, Bondarev assesses the war in the broad context of history and carefully considers the reasons and

decisions which brought victory of the people over the enemy. The war in the short prose of Yuri Bondarev is a real artistic discovery. The writer was able to enrich the topic with new coverage, showing the life of a generation that passed the test of war.

Keywords: Juri Bondarev, “Moments“, War, short prose.

ВОЙНАТА В „МИГОВЕТЕ“ ОТ ЮРИЙ БОНДАРЕВ

доц. д-р Татяна Фед

Департамент „Нова българистика“;

Нов български университет

Резюме: Литературата за Великата отечествена война навлиза в България след 9 септември 1944 г., когато в страната се извършва социалистическа революция. Тази дата поставя началото на поредица от дълбоки промени в развитието на България. През 60-80-те години са преведени произведения на Юрий Бондарев, Васил Биков, Григорий Бакланов, Василий Белов, Борис Василиев, Александър Чаковски. От тези писатели първо място по популярност заема Юрий Бондарев (15 март 1924 г.), чиято военна проза пленява българския читател. На български са издадени романите: „Последните залпове“ /„Последние залпы“/ (2 изд.: 1960 и 1981 г. в превод на Атанас Далчев), „Батальоните чакат огън“ /„Батальоны просят огня“/ (в превод на Л. Каукова, 1961 г.), „Горещ сняг“ /„Горячий снег“/ (4 издания в превод на Недялка Христова: 1971, 1975, 1980, 1983 – в големи тиражи средно по 25 000 бр.), „Брег“ /„Берег“/ (2 издания: 1977 и 1982 г. в превод на Петринская). Сборникът му с разкази „Мигове“ /„Мгновения“/ (преведен на български през 1981 г.) също представя кратки сцени от войната. В определени моменти погледът към военното време става по-философски: от погледа на своя голям художествен и житейски опит Бондарев оценява войната в широкия контекст на историята и внимателно обмисля причините и решенията, довели до победата на народа над врага. Войната в кратката проза на Юрий Бондарев е истинско художествено откритие. Писателят успя да обогати темата

с ново покритие, показвайки живота на поколение, преминало изпитанието на войната.

Ключови думи: Юрий Бондарев, „Миговете“, Война, кратка проза.

Russian Literature arrived in Bulgaria in the middle of the 19th century, before the Liberation from the Ottoman rule (in 1878). The interest in it was due to the growth of the national identity, gaining strength in the struggle against the panhellic politics of the Greek fanariots in the middle of the century leading to national liberation movement in the 70s. The Russian-Turkish wars sparked hopes of liberation for the Bulgarian people. An important factor in the presence of the Russian literature in Bulgaria was the strengthened cultural and historical ties with Russia in the 19th century, when Bulgarian youth could go to study at Russian universities and gymnasiums with scholarships. Having studied the Russian language and becoming acquainted with the masterpieces of the Russian literature, upon returning to Bulgaria, these representatives of the Bulgarian intelligentsia became the first translators. The selection of literature depended on the possibility of importing books into Bulgaria and on the needs of social and cultural development in the corresponding period. Translated Russian literature was included in perceiving literature and enriched its potential, and often influenced the development of Bulgarian progressive literature with pathos, ideas, and humanism.¹

Literature on the Great Patriotic War penetrates into Bulgaria after the 9th of September 1944, when a socialist revolution takes place in the country. September 9, 1944 marked the beginning of a series of profound changes in the development of Bulgaria. The new political structures and forces were initially united by the most pressing tasks – participation in the war against Germany, the conclusion of a ceasefire with the victors and the democratization of political life in the country on the basis of the Tarnovo Constitution.

Prior to this, the Bulgarian government, associated with fascist Germany, did not allow the publication of such literature. In the new socio-political environment, military literature was gaining great popularity.

The first prose about the Great Patriotic War, which appeared in Bulgaria,

¹ Преводна рецепция на Европейските литератури в България. Том 2. Руска литература. С. 5.

is the unfinished novel by Mikhail Sholokhov “They Fought for the Homeland” („Они сражались за родину”) in 1945 in the translation of M. Marchevsky. In the same year, “The Tales of Ivan Sudarev” („Рассказы Ивана Сударева”) by Alexei Tolstoy (also translated by M. Marchevsky), “Days and Nights” („Дни и ночи”) by Konstantin Simonov (translated by Todor Kharmanjiev) appears.

The new socio-political atmosphere after the Twentieth Congress of the CPSU (1956) and the debunking of the cult of personality provided an opportunity for a more realistic and truthful depiction of the war. Open access to a large amount of information from the secret archives has given the opportunity for profound historicism.

In line with the new image of the war was the story of Mikhail Sholokhov, “The fate of man.” („Судьба человека”). The involving and exciting story of Andrei Sokolov about his fate underwent 9 editions from 1957 to 1986. The editions of 1957, 1962, 1965 and 1975 are translated from Russian by Asia Spirova, 1970 are translated by Atanas Dalchev, 1978, 1981 are again translated by Asia Spirova. In 1986, two editions were published at once, circulation (if in 1970 30,000 copies) – 85,117 copies.

The second “post-Stalinist” period lasted from the mid-50s to the end of the 60s. During these years, the State Security of Bulgaria sensitively expanded its activities, perceived a structure close to the KGB, for several years (1965-1969) existed as an institution independent of the Ministry of Internal Affairs of Bulgaria. One of the high priority tasks of Todor Zhivkov after strengthening his political influence was to ensure personal subordination and devotion from the Ministry of Internal Affairs and Ministry of Defense.

The works of Yuri Bondarev, Vasil Bykov, Grigory Baklanov, Vasily Belov, Boris Vasiliev, Alexander Chakovsky were translated in the 60-80s. According to the researcher Margarita Mitovskaya, the listed writers „...continue to bring their special perception of war into literature. By the authenticity of their material, they affirmed the identity and its significance in the global armed conflict. They created works that, in terms of ideological, cognitive value and emotional impact, in many cases surpassed the books of older, outstanding masters of the word of art.”²

Out of these writers, Yuri Bondarev (15 March 1924) takes first place in popularity, whose military prose captivated the Bulgarian reader. In Bulgarian were published “The last volleys” „Последние залпы” (2 editions: 1960 and 1981

² МИТОВСКА. 1982: 18.

translated by Atanas Dalchev), "Battalions ask for fire" („Батальоны просят огня", translated by L. Kaukova, 1961), "Hot Snow" „Горячий снег" (4 editions translated by Nedyalka Khristova: 1971, 1975, 1980, 1983 – in large print runs on average 25,000 each edition), "Shore" (2 editions: 1977 and 1982 translated by Petrinskaya).

The interest in this writer is dictated by the fact that he participated in the war as a young man (as an artillery officer) and portrayed military events from the point of view of our contemporary, not focusing on details, but delving into the psychology and soul of man. Youth, love, human values persevered in times of great turmoil.

His novel "Silence" („Тишина") became the first work to depict a citizen who had been wrongly sentenced to the Gulag. His novels generally covered topics of ethics and personal choices.

In the electronic journal Literaryren Svyat you can find a biographical note about Yuri Bondarev³, as well as 2010 publications and interviews.

His book of short stories "Moments" (translated in Bulgarian in 1981) also depicts short scenes from the war. "All my life," writes Bondarev, "my memory asked me riddles, unexpectedly snatching it out, drawing close to hours and minutes from the wartime, as if it was ready to be with me constantly, just worth invoking his patient waiting."⁴

Bondarev's short prose has a literary tradition in the Russian literature: Ivan Turgenev, Lev Tolstoi, Ivan Bunin.

In "Moments", the look at wartime became more philosophical: from the height of great artistic and life experience, Bondarev assesses the war in the broad context of history, carefully considers the reasons and decisions which brought victory of the people over the enemy. Memories of the war are inextricably linked with thoughts about life and death, about good and justice, about a person and his fate. The author calls to confront evil and violence, to defend the honor and freedom of Russia.

Consider the principles of artistic embodiment of the theme of courage and heroism in a short prose of the writer. The feeling of the tragedy of the war is especially strong in the works "Two minutes thirty seconds" and "Wisdom". War does not ennoble man, does not make him better, but sharpens his instincts for self-preservation a hundredfold. Therefore, the sense of danger is amplified

³ <http://literaturensviat.com/?p=28148>

⁴ Fed 1995:117-118.

to the limit. Sergeant Plahoy (“Two minutes thirty seconds” „Две минуты тридцать секунд“) foresees his death in advance. The observer of his behavior even thought that “amid the general silence in the midst of the fire ... I heard an irrepressible grunt of his (Plahoy’s) teeth, as if they were trembling all over”, the sergeant of the company, instinctively feeling that doom had come to the soldiers, asked him to leave. And indeed, Plahoy “calmly and deadly spoke ... and then his voice trembled: (the hero-narrator“ a second time felt a bone knock of teeth“) “I feel it, swathes me today ... So the mood in the morning is this ... my friend killed in called me in a dream. We’ll cross over to that shore, attack the Fritz – and the end is mine. Mina will kill. “He, longing, said goodbye to life in advance. The next day it became known: “Sergeant Plahoy ... was killed by a fragment of a mine during the attack – death overtook him, in a flash, calculated by him two minutes thirty seconds from the moment of the red rocket.”⁵

The motive of the inevitability of death permeates the moment “Dust” («Пыль»). On the page of one paper sheet, Bondarev managed to convey images and colors. The narrator describes the summer heat and his training in the artillery class. “And I felt this sensation of heat again,” he recalls, “when, through an inexplicable connection, he suddenly remembered an unfamiliar woman who was standing near the entrance school, talking to a busy officer in a new tunic, smiling at him and protecting him with an open umbrella from glowing dust.

This young officer commanded our battery.

A week later we were sent to Stalingrad, and I no longer saw him alive.

Who was she to him? Wife? Bride? Sister? And did she remember the moment when she wanted to protect both him and herself from the fiery dust with an umbrella? .. „⁶

The desire to deceive death, to wrap around a finger, or at least delay its arrival – this is what we see in the moment “Wisdom” („Мудрость“). “In the war, whoever eats soon will die quickly. He loves the death of the greedy for grub ...“ – an unwritten law that the soldiers adhere to. And that’s why they argue before eating, trying to prove to themselves that they eat only when necessary.

In the moment “In Agony” („В агонии“), consisting of one paragraph, through the dry figures of losses, the enormity of the massacre on the war fronts is transmitted: “Only many years later I learned that in those days when the war was already stopping at the last station “Berlin”, three hundred thousand people

⁵ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-3/>

⁶ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-3/>

grinded this German city in its womb and on the near approaches to itself, already writhing in agony, decaying and collapsing.”⁷

The wounds of soldiers never heal. “At dawn after the battle” (На рассвете после боя”) is a peculiar form of memory, a recurring dream – once reality, and now – a nightmare echo of the past: “And thirty years later ... voices came to me, and not in the delirium of auditory hallucination, but as if I wish these two voices sounded now in a trench, a few steps away ...”⁸

The writer in the “Moments” cycle speaks not about military battles, not about big battles or ingenious staff plans, but about a person’s state on the eve of the battle, his subconscious movements, his suffering, his mortal anguish and, of course, endurance, fortitude, which help the soldier survive and pull together. From extremely laconic episodes that do not contain detailed images, although they carry a generalizing idea, the author goes on to create more detailed episodes of the war, impressively strong and capacious for a small form.

The war has long died down. On a fresh October evening, the storyteller walked along the alley alone and suddenly “stopped with instant chills on the back from sudden and obscure memories”: there was war, autumn, the outskirts, fences, rare lanterns creaking in the wind, and he walked along crispy leaves, past these fences on the outskirts, a seventeen-year-old cadet of the infantry school, hungry, in love, still not knowing what war is, but “dreaming of making feats like a sincere boy of seventeen can dream of, with pure faith in his immortality, glory. Then I didn’t yet know what death is.”⁹ (“In the Autumn”, „Осенью“) Generations that suffered the hardships of war believed in good, in the future, and in universal brotherhood on earth. They believed and hoped – maybe that’s why they survived and defeated the cruel enemy.

In the moment “There were many of us” death is shown as “darkness“, “edge of life”, “coal-red goal of sunset, where the last broke off“. In a symbolic form, it looks scary and inevitable: “There were many of us, and we went there, young, cheerful, not feeling the threat of eternal loneliness. But what hopelessness of a lone grain of sand engulfs me when I think how many have sunk into nowhere, behind that distant crevice of sunset, which in my nightmares seems to me more and more.”¹⁰ The writer creates an image of a generation that has passed through

⁷ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-3/>

⁸ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/>

⁹ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-4/>

¹⁰ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-5/>

the test of death and has kept hope, purity, faith in life and the possibility of good.

In later works of short prose, new aspects appear in the development of warfare. The main one is the correlation of the past and the present – it is he who permeates all of Yui Bondarev's novels about the present: "Shore" („Берег"), "Choice" („Выбор"), "Game" („Игра"), "Temptation" („Искушение"), "Non-resistance" („Непротивление").

The "Autumn Nights" („В осенние ночи") moment is a warning to those who live today about military nightmares. "The long-awaited world (thought for him for four years) – writes Bondarev, – has firmly regained consciousness – a world with the fading of the morning sun on the pavements, with the rustle of trolleybuses crowded in the evenings, with the smell of fresh newspapers in the morning and cozy pigeons in the dawn on the ledges. Nevertheless, on dark nights ... sometimes restless dreams ... But I would like to have such dreams one hundred percent, but as long as there are deadly weapons in the world, it is possible that a dream can become a reality."¹¹

And in the moments "My Generation" („Мое поколение"), "Stalingrad" („Сталинград") and "Memory" („Память") the principle of "then" and "now" is maintained, the connection of history and modernity is affirmed. Memories of the war help to truly appreciate the silence, the calm brilliance of the sun, and the transparency of the air.

The war in short prose by Yuri Bondarev is a real artistic discovery. The writer was able to enrich the topic with new coverage, showing the life of a generation that passed the test of war.

Bibliography

1. Бондарев Юрий. Мгновения. Рассказы <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/>
2. Метева Евдокия Руската литература в Българското й преводно битие"/ Преводна рецепция на Европейските литератури в България. Том 2. Руска литература.
3. Митовска Маргарита. За вас, бѣдни хора. София, Военно издателство, 1982.
4. <http://literaturesviat.com/?p=28148>
5. <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-3/>
6. Федь Татьяна. В зеркале малой прозы. Шумен, 1995.

¹¹ <https://www.litres.ru/uriy-bondarev/mgnoveniya-rasskazy/chitat-onlayn/page-3/>

БИБЛЕЙСКАТА ОБРАЗНОСТ В СВЕТА НА ЖЕНСКАТА ИДЕНТИЧНОСТ („Искам го мъртъв“ на Мария Станкова и „Земните градини на Богородица“ на Емилия Дворянова)

гл. ас. д-р Илвие Конедарева
Департамент „Нова българистика“;
Нов български университет

Резюме. Статията разглежда интерпретацията на библейски образи и теми в българския роман след 1989 година. Изследваните творби (романът „Искам го мъртъв“ на Мария Станкова и „Земните градини на Богородица“ на Емилия Дворянова) са анализирани през темите за връзката между тялото и душата и са определени като представителни за въвеждането на една много ярка тенденция в литературата след 1989 година – библейската тема.

Ключови думи: Българският роман след 1989 г., библейски теми и образи, женска идентичност, *душа – тяло*.

BIBLICAL IMAGERY IN THE UNIVERSE OF FEMALE IDENTITY

(The Novel “I want him Dead“ by Maria Stankova and
“Virgin Mary’s Earthly Gardens“ by Emilia Dvoryanova)

Asst. Prof. Ilvie Konedareva, PhD
Department of New Bulgarian Studies,
New Bulgarian University

Abstract. The article examines biblical images and themes in Bulgarian novels written after 1989. In the studied works (the novel “I want Him

Dead“ by Maria Stankova and “Virgin Mary’s Earthly Gardens“ by Emilia Dvoryanova) the relationship between body and soul is analysed. The aforementioned novels are considered representative of the introduction of a strong trend in literature after 1989 – the biblical theme.

Keywords: Bulgarian novel after 1989, Biblical themes and images, Female identity, body and soul relationship.

Както е известно, след 1989 година, когато политическият строй в България се сменя след десетилетия тоталитарна власт, културния живот също тръгва в друга посока. Наред с падането на табутата и зараждането на нова публичност, наред с появата на множество разнолики културни среди, се наблюдава и ново отношение към въпросите на вярата, към християнските принципи и ролята им в обществения живот. Този процес логично има свое отражение в литературата. В романите, появили се през 90-те години, се заражда тенденцията да се разработва християнска тематика от гледна точка както на традиционните религиозни разбирания, така и като проява на нов тип отношение към християнското в литературата.

Обект в настоящата работа са романите на две авторки, представящи посочената тенденция – Емилия Дворянова („Зелните градини на Богородица“, 2006 г.) и Мария Станкова („Искам го мъртъв“, 1999 г.) Изследването се фокусира най-вече върху библейските фигури на жени в художествените творби и съвременните интерпретации на тези фигури, анализирани през оптиката на съвременността.

В уводните страници на книгата си „Библейската жена“ Милена Кирова подчертава изследователския си интерес към *процеса, в който се конструира библейската „женскост“: онези стратегии на символичното мислене, онези принципи на сюжетоизграждане и реторични механизми, в които се произвежда библейската женскост като реалност на патриархалния социален модел.*¹

В „Критика на прелома“ Милена Кирова разработва „историята“

¹ Кирова, М. *Библейската жена. Механизми на конструиране, политики на изобразяване*, София: УИ „Климент Охридски“ и изд. къща „Стигмати“, 2005, стр. 18.

на българския постфеминизъм именно по линията на отгласването на женския образ от патриархалното, от идеята за изговарянето на женското през мъжката гледна точка. В съвременния български роман е интересно как тези образи, натоварени традиционно с патриархалната представа за света, биват интерпретирани по нов начин. Именно тук се крие основанието на появата на „женското писане“ в новата българска белетристика, както посочва Милена Кирова:

Женската проза се породи в иманентно прочувстваната необходимост от изговор на един вид себеуещане, в умората от патриархалната задължителност на мисълта; в него се случва краевековната отживялост на нормите, тихото съзряване на промени отвъд инфантилната екстатика на бунтарския порив.²

В романите на 90-те присъстват библейски образи на жени, които не се вписват в реалността на патриархалния социален модел, но от гледна точка на християнските добродетели основната част от героините отговарят на матрицата, зададена от Библията. Интересно е да се отбележи прякото и косвено пренасяне на прилики и сходства с конкретни библейски образи. Макар да става дума най-често за фигури на жени, в много случаи художествената творба следва принципа *imitatio Christi*, като означава героинята с всички черти на християнската добродетелност (това важи с пълна сила най-вече за героините на Теодора Димова от романите „Майките“ и „Марма, Мариам“).

Наред с различните типове изграждане на образи, базирани на библейската образна система, се появява и мотива за телесното, обвързан с по-горе посочената тематика. Най-често при Теодора Димова виждаме ясното следване на тази обвързаност. При Мария Станкова в романа „Искам го мъртъв“ принципът е друг, там по-скоро имаме преживяване на библейските разкази от героинята, но без повествованието да стои плътно до традиционната представа, зададена от библейския текст. В романите на Емилия Дворянова виждаме богата философска и теологическа ерудиция, която ѝ позволява да интерпретира библейския текст, като задава и съвременни модели и теории, на базата на които гради художествените образи. При нея най-ясно се вижда новият тип отношение към тялото и душата,

² Кирова, М. *Критика на прелома. Нови явления и посоки в българската литература от края на XX век*, София: УИ „Климент Охридски“ и изд. ПАН-ВТ, 2002, стр. 245.

което не е свързано с патриархалното мислене, (но диалогизира с него по един свой начин). Остава видимо за читателя близкото отношение на разказвачите у Дворянова с християнските представи за добро и красиво.

Във втория роман на Мария Станкова „Искам го мъртъв“ виждаме старозаветни и новозаветни образи и сюжети, които гравитират около фигурата на основния персонаж Сара. Някак пренебрегната от критиката изглежда особената интерпретация на библейското в този текст. Не става дума само за тематичното многообразие, но и за ролята на библейските реалии като пораждащи и движещи наратива. Този роман отключва така важния конструкт *душа – тяло*, чрез който се обяснява същината на пост-социалистическата действителност.

Героинята работи на секс телефон, където успява през нуждите на тялото да види всъщност душевните потребности на своите клиенти. Ето тук тялото се оказва в неизменна връзка с душата. Душевната незадоволеност се разчита в телесната такава – това е нуждата да си сит във всяко едно отношение. Това е нуждата да знаеш, че си цялостен човек.

Плътта става повод за разказване в този текст. Това е видимо най-вече в онези части от романа, в които са представени сънищата на Сара. Повечето от тях са свързани с библейски реалии. Тя самата се оказва библейски образ в тях. В първия си сън Сара е Исус на кръста, а в следващите е библейската Сарра, жената на Авраам, по-нататък тя е грешната жена на Лот. Множество тела изплуват от тези сънища, за да отворят очите на героинята за истината за света. Светът е история на телата, а текстът разказва този свят, сънува тялото и по този начин гради собствения си текст корпус.

Телефонистката Сара е човек, който разкрива *идентичности*. Оpoznала същността на това, което я заобикаля, тя влиза и във вътрешния свят на хората, които се разголват пред нея. Разобличавайки фалшът на реалността, разказвачката разкрива действителност, в която хората реализират себе си чрез въображението си. Става видно в романа, че не само гладът върлува в тази художествена реалност, но и нищетата на душевния свят, който е изкривен, перверзен, карикатурен и грозен. Сара разбира душите на тези хора, говорейки „на“ телата им, дава им утеха, като се опитва да задоволи въображението им. Ето как описват себе си „клиентите“ на Сара – изглеждат така, както биха искали да изглеждат, имат това, което биха искали да имат. Нищо от това, което желаят обаче, не може да бъде притежавано. Дори гладът е свързан със страха в тяхното съзнание, защо-

то най-големият страх е да не умреш от глад. Желанието да ядеш се свързва с желанието да си жив и пълноценен, да си далеч от смъртта. Душата и тялото са обвързани едно с друго чрез специфичните си нужди.

Оказва се, че в сънищата на Сара, в които преобладава плътта, обвързана с библейски сюжети, се крие истината за живота. Сънят е отговор на въпросите, зададени в действителността. Не е случайно, че Сара сънува себе си като Исус на кръста. Тя вижда своята собствена Голгота, превръща се в жертва, за да спаси две деца от гибел. Интересно е да се посочи стратегията, която Мария Станкова избира, за да свърже своята героиня с Бога. Винаги, когато пред Сара стоят нерешими въпроси, тя вдига слушалката на телефона, за да си говори с Бог, с надеждата, че ще получи отговор. Дори когато се намира в смъртна опасност, тя вдига телефона не за да поиска реална помощ, а за да говори с Бог. Ето някои от интересните интерпретации на библейски сюжети, които предлага романът на Мария Станкова.

Сара на кръста

Денят на Сара започва със съня за Голгота. Разказът повтаря смъртта на Исус, но тук това се случва на една жена. Атмосферата е същата – горещо е, тя е жадна и гладна. Отляво и отдясно са разпнати престъпниците, отговарящи на зададената им в библейския текст роля. Усещането, че носи греховете на целия свят, е завладяло Сара. Тя изпитва с тялото си (в съня) и с душата си (наяве) цялата тежест на грешния свят, в който се намира. Въпросът „Защо? Господи, защо?“ насочва към конкретен библейски момент, но също е и питане защо светът, в който тя живее, е такъв, защо се чувства така самотна в него. Разбира другите, но никой не разбира и утешава нея. Тя не е престъпник в свят на престъпници, а това е страшно и опасно за нея. Единственото, което иска, е нормален живот. Нейната неприспособимост обаче се оказва препятствие, което не може да бъде преодоляно. Този момент се разчита като ясен знак за кризисното време, в което живее Сара. Зад пластове на художественото прозира типичната действителност на късните години от последното десетилетие на XX век – с популярните тогава секстелефони, с пошлостта на духовната незакрепеност и липса на усещане за социална принадлежност и приобщеност след еуфорията на 1989 година.

Преживяването на Христовото разпъване от жена е модерен мотив, който авторката използва умело, за да даде една шокираща, но и оригинална

на визия за самотата на личното преживяване на болката, за усещането за осиротяване и изоставяне (което в този момент трудно може да бъде надмогнато). Освен това тя се усеща като необходимия изкупител на греховете на хората. Познавайки бедните им души, пошлостта на света, в който живеят и който сами си създават, тя се превръща в нужната жертва. Изкупление обаче тук няма. Сара стои в болката на света без изглед да спаси когото и да било. В художествената реалност този мотив за изкуплението (неосъществил се напълно) е значим, защото обръща перспективата на разказа – женската гледна точка представя едно субективно, но и типологично различно случване. Основната семантична линия, която се запазва тук, е препратка към посланията на Библията – както се вижда, запазени са смисловите съотнасяния с библейските сюжети, но те са впрегнати в ситуацията на настоящето.

Няма да се спирам подробно на сънищата на героинята, в които тя вижда себе си като Авраамовата жена Сарра, а по-късно и като грешната жена на Лот, които още веднъж дават отговори на конкретни въпроси, свързани с реалния живот на Сара. Обръщам внимание на два от сънищата на Сара, които я карат да осмисли своята идентичност и да се самоопредели – дали ще се превърне в предател, или ще се върне към единствената истина. Следващата част носи името:

От Иродиада към „Талита куми”

Фройд изтъква връзката между сексуалните желания на субекта и неговите сънища. Той смята, че сънищата почти изцяло представят сексуални желания и са свързани с определени неудовлетворености на индивида в реалния живот. Сънят предлага възможност за изява на либидото. Интересното тук е, че манифестираното съдържание на съня може изобщо да не наемква за такива желания, но скритото съдържание (което се разбира чрез т. нар. латентни мисли на съня) често сочи именно към тази идея. В съня за Иродиада съвсем ясно и недвусмислено се появява сексуалното. До този момент тялото е било обект на сънищата на Сара, но по друг начин – моето тяло като тялото на Христос на кръста, моето тяло като раждащото двойно тяло на Агар и Сарра, моето грешно, разпадащо се тяло като жена на Лот.

Иродиада е образ, неизменно свързан с еротичното и прелъстителското, но и със смъртта. Тя превръща дъщеря си Саломе в оръжие, което да съблазни Ирод, и в крайна сметка да получи главата на Йоан Кръсти-

тел. На Сара също ѝ се предлага една отрязана глава и един прелъстител – робът. Сара го изнасилва, а след това трябва да отреже главата му, но го оставя той сам да убие себе си. Това библейско преплитане на сексуално желание и смърт много отчетливо се свързва с героинята, която спи с убиеца на телефонистките от романа. А самото убийство също отразява сексуално желание. Телефонистките са прелъстителки, но никога не може да ги има. Убийството им е начин да посегнеш на идентичността им, така, както Саломе не може да прелъсти Йоан Кръстител, но посяга на живота му, за да бъде в крайна сметка победителка над него. Най-интересното тук е, че Сара в съня си се среща с мъртвата вече Моника, която пък играе ролята на прелъстителката Саломе. Самата смърт се опитва да прелъсти Сара. Библейският свят успешно се намества в действителността на Сара. Тя е гонена от Иродиада и бива осъдена от Филип Марев. Истината ѝ е поднесена на поднос, но тя не успява да я види след като се събужда. Мария Станкова по един асоциативен начин успява да доближи двата образа – на Сара и на Иродиада, както успява да смеси библейския свят с реалния, без това да накърни логиката на творбата.

Тялото е обект на двойно желание, то може да бъде притежавано по два начина – чрез смърт и чрез обладаване или насилване. Наративът предлага различни разкази за тялото. В един от последните сънища то е вече сакато, не е цялостно, но е също гонено, преследвано и желано. В този сън ясно прозира желанието за оцелостяване (за постигане на целостта на тялото), а по този начин и на човешката идентичност. Така тялото се превръща в инструмент на търсене, изследване на собствената си идентичност. Но и тук то е неизменно свързано с душата, която търси своето осъществяване в света.

Доказателство за подсъзнателното знаене на истината се оказват думите „Талита куми”. Израз, който Сара никога преди това не е чувала, но той присъства в съня ѝ. В този си сън Сара се движи по един пазар, където се продава „месо от млекопитаещо”. Натурализмът на романа взема връх именно в този момент. Самата Сара е куца и с двата си крака, бяга без да знае от кого, но се страхува да се скрие в Нищото, защото скриването в Нищото е загуба на себе си, това е рискът да изчезнеш в съня си и никога да не се откриеш в реалността. В този сън тя е преследвана, прецапва през локви с кръв, бягайки от преследвачите си.

Отново като огледало на света този сън представя осакатената, ненормална действителност на времето, в което живее. А тя бяга към няка-

къв свой остров, където ще се спаси. Авторката извежда натурализма в този сън до краен предел, преплитайки мотивите в него с реалните случки в живота на героинята. Този отчайващо осакатен свят би могъл да се види и през фигурата на детето, което Сара се опитва да спаси. Осакатеното бебе без ръчичка и краченце накрая се оказва трупче, което Сара трябва да погребее. Тя продължава да бяга, опитвайки се да се отърве от кошмара, в който е попаднала, като осъзнава, че това всъщност е сън. Различни настроения се менят в него, докато сънуващата не стига до края, където продавачът на обувки ще изрече: „Талита куми!“ Детето е отново живо, светът възкръсва пред очите на Сара. Този сън някак продължава и в действителността. Протагонистът започва да търси значението на фразата „Талита куми“, което ще се окаже ключ, който да отвори очите на Сара. Тя става активна, не просто наблюдател и анализатор на света. Започва да променя нещата наоколо и се превръща в онзи, който ще съумее да възкреси света. „Агънце, стани!“ са думи на надеждата, на завръщането от смъртта. Тялото възкръсва в съня, а душата в реалността. Светът е предизвикан да възкръсне. Образът на персонажа отново се завръща в идеята за близост до образа на Христос, както е в първия сън от книгата. Светът, заедно със Сара, е бил разпнат на кръста, а сега възкръсва.

Сънищата и действителността на Сара са различните разкази, които интерферират един в друг. Някъде в тези разкази, заровени навътре в субекта, се крие и истината. Между всички тези светове някак естествено се прокарва и здравата нишка между тялото и душата, мотиви, които се развиват устойчиво в текста, за да го превърнат в смислово активна тъкан. В този роман ясно се вижда и ролята на библейските образи и мотиви, които движат действието напред и чието разгадаване дава път към разкриването не просто на едно престъпление, но и откриването на истинския смисъл на живота, на верния път към щастието и душевния покой.

Много по-ярко и доста по-различно стоят знаците за божествения смисъл в романа „Земните градини на Богородица“ от Емилия Дворянова. Преплитането на земното и небесното в романа на Дворянова се случва някак постъпателно с „нарастването“ на повествованието. В началото небесното само оставя своите знаци в земния свят, после читателят бива запознат с историята на знаците и накрая му се разкрива целият смисъл. Топосът на Богородица – Атон, священото място, се оказва късче от земята, на което действат други закони – морето е по-синьо от най-синьото море, ароматът на цветята поражда желания, чудесата не са нещо необичайно. И

разбира се, в текста, който заявява още в самото начало желание, стремеж да се напише роман за Богородица, са сплетени съдбите на три героини, които носят името на Мария.

Типичният похват на редуването на гледни точки при Дворянова е видим и тук. Другата-Мария, Мария и Мария-другата се оказват свързани не само чрез приятелство. Всяка от тях преживява топоса Атон и това става някак по сходен начин, защото „смисълът няма как да е друг“. Повествованието като че ли умишлено се опитва да отчужди мъжкия поглед и мъжката гледна точка, за да се фокусира върху женското преживяване на светостта. А светостта е декларирана и под формата на епиграф-корона, който стои в началото на всяка от частите. Наративът отново тече във всички посоки, за да се слее в едно, лека-полека, и накрая всеки знак да стане очевидна отпратка към смисъла. Повествователят, уж приел гледните точки на героите, някак, криейки се зад тях, настоява на една собствена над-позиция, която държи в себе си истината. Отново множество въпроси струят от текста на романа на Емилия Дворянова, но тук може би най-пряко (в сравнение с другите ѝ романи) стои един конкретен – изчезването на Мария. Мария се оказва образ, възбуждащ любопитството на читателя не само защото именно тя е липсващата, но и заради възможността да се стигне до „осмия ден“ чрез нея. Изчезването ѝ е важно, за да може другата-Мария и Мария-другата да намерят отговорите, до които не могат да стигнат сами.

Две са водещите смислови опори, на които се подчинява повествоването при изграждането на тези образи – от една страна, това е *библейското*, а от друга – *женското*. Преплитането на тези две линии прави текстът на Емилия Дворянова автентичен, доказва почерка ѝ, който разкрива възможностите на женския себеизраз чрез божественото. Мария е важна за другите две героини, за да намерят те път към себе си. Нейното изчезване само им показва, че те самите са изчезнали – дори почти буквално – Михаил сякаш забравя жена си, докато е на Атон. Неговото търсене е твърде неясно – кого търси той – конкретната Мария, Богородица или жена си Мария. Женските образи тук се изграждат най-вече един чрез друг. Няма го необходимия външен поглед, за да съществува жената такава, каквато тя е в света. Погледът е важен тук, както е в романа „Госпожа Г.“, но е различен дотолкова, доколкото това е един самоградящ се поглед, всяка една от героините обръща своите очи към другата, а заедно с това гледат и навътре – в същината на света, на своя свят и на небесния.

Не е случайно редуването, по-точно сливането на вътрешния глас на всяка една с мислите на другата. Метапозицията на разказвача стои все пак твърде близо до отделните гледни точки и ги слива в едно. Отношенията между трите Марии, сближили се достатъчно една с друга, се разпростират и като отношения към „външния“ свят. Всяка една разчита знаците на небесното в земния свят – всяка изминава пътя до него като израз на себе си. Смесовата близост на трите фигури ни позволява да ги мислим като три ипостаси на женското, които никога не се самоотричат, които винаги се мислят в заедност, в единство.

Погледите на разказвачите в романа, които са ясна връзка между тези натоварени с небесен смисъл образи на света, чертаят пътища за достигане до третото или до седмото небе. Текстът разказва множество истории, свързани с името Мария – историята на земните градини на Богоридица, историята на една дрипава странница, разказите за трите Марии, търсещи себе си. Творбата непрекъснато поставя въпроси, свързани с разкриването на знаците в земния свят, които са залог за постигане на небесното, както и на знаците вътре в човека, отправящи към неговата същина. Заедно с въпросите художествената творба подсказва не само пътя към достигането до собствената идентичност на човека, но и дава ясните отговори. Човек трябва да има очи да ги види. А виждането се оказва ирационален процес, то е свързано с вярата, със способността да отвориш вътрешния си поглед. Първият конкретен въпрос, поставен в творбата, е въпросът за изчезването на Мария. Той хвърля в смут душите на другите две жени, за да ги накара да започнат да ровят в себе си и да търсят отговори: „Мария е вече нашата пустота, онова, което не можем да издържим, голямото Нищо на изчезването ни...“

Щом Мария е изчезнала, следва и другата-Мария и Мария-другата да тръгнат по нейния път. Изчезването тук не означава загуба на душата в обръкване, погубване на себе си. С изчезването на Мария започва проглеждането, осъзнаването на всяка една от героините. Всяка от тях припознава личния си свят като свят без смисъл, лъжовен, без посока. Процесът на осъзнаване е свързан с търсенето на Мария и движи жените в посока към покоя. Но това може да се случи именно тук – в близост до небето.

Изчезването в романа е съвсем буквално, то е драматично, някак непозволено. То е преминаване в друго пространство и време. Времето всъщност тук надвива пространството (както неведнъж е посочено). Про-

цесите на *ставане* в пространството зависят само от времето – това Мария да прелъсти лодкаря, след като веднъж е пожелала тялото му; да стъпи на Атон, след като го е поискала, след като не е приела в себе си „принципната“, неоснователна забрана; да се остави на морето да я отнесе до свещената земя; това Мария-другата да отвори кутийката с ръката на Мария и да я познае, да усети топлината и капчиците по нея, да види нейния разказ, да го преживее – всичко това е доказателство за победата на времето над пространството. Времената тук са се слели, законите тук са други и позволяват случването на множество чудеса, за които свидетелстват очевидците.

Изчезването на Мария още е и буквално потъване – в най-синьото море, което вае Богородични камъни, онова море, което се оглежда в небето. Същевременно потъването на Мария предизвиква откриването на нейния образ във всичко, защото тя се е вляла в света наоколо. Образът ѝ се явява в предметите, у двете Марии, във виолончелото и т.н. Така той се удвоява, утроява, множи се безкрайно в света, в пространството. Богородичният камък напомня на Мария-другата за Мария, носи и предава любовта и нежността ѝ. Но той е най-вече знак на самата Богородица. Тогава се пита как точно са сплетени всичките тези образи – дали не са все един и същи образ, роящ се в архитектурата на творбата, или става дума за различни образи, свързани помежду си чрез общото наричане (името) и чрез съдбите им. Всяка от тях е повторение на единствената Мария, името носи спомен за нея и е вечно връщане към Богородица. Не някой друг, а именно Богородица трябва да открият героините, за да открият и своята приятелка Мария, а така и себе си.

Името обаче е знак и за други библейски персонажи – тук се появява в историята за Богородица и Мария от Магдала. Разказът често напомня за Мария Магдалина чрез тялото на героинята Мария. Тя е блудница, объркана от света, в който живее, търсеца, вечно жадна за истината, с непреодолимо любопитство към света и неговите тайни. Тази Мария ще търси път към Богородица, тя ще пожелае да напише роман за Нея.

Романът за Богородица, който се гради с нарастването на повествованието, романът на Мария за Мария се пише от всяка една от героините, напомня непрекъснато за себе си, за желанието си да се яви, връща се рефлексивно върху себе си и отново посочва намерението си да се твори. Това обаче е проблематично от гледна точка на мъжкия свят, който не просто е обсебил Земята градини, но е наложил и множество забрани в света. Романът за Богородица се оказва нещо недопустимо според този

свят. Сотас разпитва Мария-другата, за да открие чрез нея намерението да се сътвори такъв роман и да го обяви за кошунствено.

Връщайки се върху темата за библейската женска идентичност, настоящата работа слага акцент върху двата образа – на Богородица и на Мария от Магдала и на тяхното сплитане в лицето на основната героиня Мария. Представянето на чистата женска идентичност в лицето на Богородица е водещо, то е обсебило текста и стои в много близки отношения с героините на романа. Мария от Магдала тук не е пропусната (за разлика от легендата, която мълчи за нея). Образът еднозначно насочва към блудството, без да съди, към тялото, което е една от основните теми на романа. Но не само нейното тяло е важно тук. В Библията, както знаем, връзката между тялото и душата е много важна за женския образ. Богородица е съд, в който божественото става плът и идва на този свят. То е въ-плътено чрез Богородица. Въплъщаването става посредством тялото на Мария. Тя носи в себе си като плът смисъла, истината, светлината. Всяка една от героините тук трябва да открие точно тази истина вътре в себе си, т.е. всяка трябва да преживее себе си като Богородица.

Романът е разделен на четири части, всяка от които има за епиграф цитат от Библията. Посланието на текста следва точно предписанието на епиграфа. Текстът представя още две „диаспазми“, които представят светото място Атон с мощите на светците и светиците, с легендите за тях, със свидетелствата, вплетени в текста, както и кулминацията, след която морето започва да се вълнува – Мария и лодкаря осъществяват заедността на мъжа и жената, което, от друга страна, може в чисто патриархален смисъл да означава сливане на двете начала на света, оцелостяването му.

Оцелостяването на света идва и през „съживяването“ на Атон. Описанието на мощите, намиращи се на това място, докосването да светите тела само по себе си наподобява опитът на човек да се слее със светостта на Атон. Достигането до тази святост явно в романа е в тясна връзка с плътта, с телесното, първо тялото трябва да бъде (по)стигнато, за да се случи и духовното прозрение. В статията си върху еротичното, поместена в сборника „Ars Erotika“ Богдан Богданов подчертава този тип връзка между душата и тялото. Текстът нееднозначно посочва сексуалния акт като опит да се постигне душата на любимия човек чрез неговото тяло.

В първата част, която посочва морето като особено „живо“ място, разказват другата-Мария и Мария-другата за изчезналата в морето Мария. Редуват се гледните точки на двете. Оттук насетне текстът ще се добли-

жава все повече до Мария. Втората част разказва за съня на Мария, който я отнася в градините на Богородица. Сънят ще се окаже също процеп към небесното, неслучайно то винаги ще се явява по този начин – като описание на Богородичните градини. Мария пожелава самотата си, пожелава да няма град зад прозореца, а само море и небе, тъмна нощ, в която да потънеш. След това идва проектът Agio Oros, който „направо можеш да си въобразиш“. Това въобразяване започва да отпраща към осмия ден, към невидимото, към света отвъд. Процепите у човек могат да се запълнят само в осмия ден, само чрез достигането на небесното. А то не спира да се явява, особено на Атон, където земното отпраща съвсем ясно към небесното, а морето е също път към него, доколкото го отразява, оглежда в себе си нивата му, синьото му. Още веднъж се явява Богородичната градина при Мария, но този път на Амуляни, където виреят най-различни, несъвместими цветя. Тук Мария ще си пожелае думата „крин“, означаваща цветето на Богородица, за да стане ясен пътя ѝ към Нея, след като вече е открила *Пътепоказателката* – Богородичен камък. Трети път ще се яви градината, пак като сън, но този път при лодкаря с гълъбовите очи.

Тук се появява и образът на желанието, породено от небесното – любовния копнеж по морето, по земята с градините. Това свързва душите и телата на лодкаря и Мария, но и това преобръща световите, отворили се един към друг. Развълнуваното море вълнува и небето. Святото място реагира на копнежа по него. Третата част „оповестява“ именно това. Тя представя различни свидетелства за събития от различни времена, защото *не времената са важни, а мястото, пропито с вечност*. Мария е окончателно скрита от земния свят, не мъртва, но скрила се от света. Четвъртата част вещае разкриването, изказването, разказването на истината на двете Марии пред Управлението на Атон. Почти са заличени знаците на земното тук, ясно са посочени другите закони, по които действа този свят – легендите, свидетелствата, с които си служат тук, истината (вътрешна, лична), която е видима за погледа на Сотас. Чрез допира до тялото на Мария – ръката ѝ, става разкриването на истината, на смисъла. Мария е срещнала Богородица и я е завела до нейните земни градини. Прекият допир до божественото отключва множество чудеса, но най-вече чудото да провиждаш истината и смисъла – вътре в себе си и вън от себе си – в света.

Епилогът завръща фабулата към конкретиката на познатото, без обаче да изолира или да отрича случилото се преди това. Запазена е връзката с намерения смисъл на женската идентичност – чрез Богородица и

посочването на пътя от нея самата. Земният свят е възвърнал своята способност да означава небесното като единствена истина.

И в двата романа, разгледани тук, става видима тенденцията поетиката на творбата да се опира на библейски образи, сюжети и мотиви. Християнската аксеология бива успешно интерпретирана в актуалността на света, който художествените произведения представят. И в романа на Мария Станкова, и в този на Емилия Дворянова е налична линията на достигането до прозрение, на някакъв необходим смисъл, истина за същността на света, в който героите живеят. Всяка една от героините успява да излезе от собствената си обърканост и от объркаността на света посредством божествени посочвания (на пътя). И макар библейските образи и сюжети често пъти да са интерпретирани съвсем произволно, тяхната функция да насочват към извечния смисъл на живота и света в тези творби е запазена.

Романите на Мария Станкова и Емилия Дворянова успешно очертават тенденцията да се интерпретира оригинално и задълбочено библейската и християнската символика в художествените текстове на литературата след 1989 г.

Използвани източници

1. Богданов 1992: Богданов, Б. *Един опит за еротизиране на морала*, В: сб. "Ars Erotica", София, 1992.
2. Дворянова 2006: Дворянова, Е. *Земните градини на Богородица*, София: „Обсидиан“, 2006.
3. Кирова 2005: Кирова, М. *Библейската жена. Механизми на конструиране, политики на изобразяване*, София: УИ „Климент Охридски“ и изд. къща „Стигмати“, 2005.
4. Кирова 2002: Кирова, М. *Критика на прелома. Нови явления и посоки в българската литература от края на XX век*, София: УИ „Климент Охридски“ и изд. ПАН-ВТ, 2002.
5. Станкова 1999: Станкова, М. *Искам го мъртъв*. София: „Павлина Никифорова“, 1999.
6. Фройд 1990: Фройд, З. *Въведение в психоанализата*. София: „Наука и изкуство“, 1990.

ESP IN THE CONTEXT OF MULTICULTURAL SETTINGS

*Assoc. Prof. Mariya Neykova, PhD
Centre for Computational and Applied Linguistics,
New Bulgarian University*

Abstract. Modern life brings communication between speakers of various linguistic and cultural backgrounds to the front. Multicultural communication contributes to the establishment of fundamental human values and attitudes like tolerance, respect and openness to new ideas and viewpoints. In the sphere of university education, student mobility programmes bring together learners from all corners of the world. One of the learning activities in an English for Specific Purposes (ESP) course that proves to be effective and motivating is conducting a debate. It boosts students' self-confidence, enhances their self-expression skills and their language competence as well.

Key words: English for Specific Purposes (ESP), multicultural, debate.

АНГЛИЙСКИ ЕЗИК ЗА СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛИ (АСЦ) В МУЛТИКУЛТУРНА СРЕДА

*доц. д-р Мария Нейкова
ИЦ „Компютърна и приложна лингвистика“,
Нов български университет*

Резюме. Съвременният живот извежда на преден план комуникацията между хора с различен езиков и културен произход. Мултикултурната комуникация допринася за формирането на основни човешки ценности и нагласи като толерантност, уважение и отвореност към нови идеи и гледни точки. В сферата на университетското образование, в програмите за студентска мобилност се обучават заедно учещи от всички краища на света. Една от учебните

дейности в курс по английски език за специфични цели, която се е доказала като ефективна и мотивираща, е провеждането на дебат. Тя повишава самочувствието на обучаваните и подобрява както уменията им за себеизразяване, така и езиковата им компетентност.

Ключови думи: английски за специфични цели, мултикултурен, дебат.

Multicultural communication in teaching English for Specific Purposes (ESP) contributes to the establishment of basic human values and attitudes. Students' multicultural awareness plays a crucial part in public speaking activities and especially in debates, which can be defined as meaningful, authentic teaching activities that reflect real-life communication in the target language. They prove to be a powerful tool for preventing and dealing with culture clashes by giving students the chance to stand a point without showing disrespect for their opponents' opinions and ideas.

The primary purpose of foreign language learning is successful communication. Modern life, however, brings intercultural communication between speakers of various language and culture backgrounds to the front. Moreover, the recent developments in the sphere of information and communication technology facilitate intercultural contacts in everyday life, in professional or educational settings. Thus intercultural communication, both in-person and online, requires a greater diversity of skills for overcoming culturally determined specificities.

In the sphere of university education, student mobility programmes bring together learners from all corners of the world. Most often the majors they enroll in are conducted in English but communication is frequently characterised by nation-specific cultural attitudes and expectations or even cultural clashes. As Josefová and Štýrský point out, it is necessary “to be able to sense all forms of differences and dissimilar values in meeting different cultures” (Josefová and Štýrský 2016: 2).

At university, one of the most meaningful and engaging activities in which the above tendencies can be traced is conducting a debate. University education presupposes interaction between students coming from various educational backgrounds. Some of them have had ample opportunities to participate in conversations, discussions and debates on various topics, in their mother tongue

or in a foreign language, e.g. in English. Others have had limited practice in school clubs or competitions. And still others have had no previous practice at all. Alongside the differences in their debating experience, students differ in their personal characteristics that might influence spoken production and interaction. Being an extrovert or an introvert, being too wordy or sparse for words, being fluent in English or not, might play a crucial role in their performance. As a result of the changes in the teaching practices introduced during the pandemic period, the skills to justify an argument and express an opinion are implemented not only in in-person learning environment but in online context as well.

The benefits that students gain from debates incorporated in the design of ESP courses are unquestionable. They involve the comprehensive development of important aspects of language competence in general:

- spoken interaction and spoken production;
- comprehension with a focus on active listening and critical reading;
- short writing at the preparation stage of the speech in the debate, namely taking notes and outlining a short text.

The choice of debate topic might predetermine to a great extent the success of the activity. Culture-sensitive topics are to be avoided or at least presented in an acceptable form. Rise and Shine Debating (4 Types of Debates 2021) outline four types of debate topics. These are:

1. Empirical Topics – they might present a statement that can either be true or false, with each side presenting evidence, or they might pose questions of ethics and morality, which cannot be determined by fact, e. g. *Is universal health care a human right?*
2. Comparative Topics – they present two conceptually linked items and ask debaters to rank them: one thing is better or worse, more important or less important, than the other, e.g. *Vaping is less dangerous than smoking.*
3. Model Topics – model debates propose some kind of change, usually indicated by the word ‘should’, e.g. *Smoking should be illegal.*
4. Abstract Topics – abstract debates usually take the form of a saying or aphorism, in which a direct definition of the topic’s wording has little to do with what it means, e.g. *An apple a day keeps the doctor away* (healthy eating keeps a person in good health).

(4 Types of Debates 2021)

For the purposes of a course in ESP in a university setting (e.g. for students in business and administration programmes), the SPAR debates (SPontaneous ARGumentation) prove to be effective, motivating and appropriate for the overall course design. Freeley and Steinberg define the SPAR debates as a “classic introductory debate exercise” (Freeley and Steinberg, 2009: 17). The format of the activity and the procedure are the following:

Format

Affirmative (Pro side) opening speech	90 seconds
Cross-Examination by Negative (Con side)	60 seconds
Negative opening speech	90 seconds
Cross-Examination by Affirmative	60 seconds
Affirmative closing speech	45 seconds
Negative closing speech	45 seconds

Procedure

Debaters step to the front of the room in pairs. One debater calls a coin flip. The winner may either choose the topic (from a list posted on the board) or the side they will defend. After two minutes of preparation time the debate begins. Each debater has a total one minute additional preparation time to be used during the debate. There should always be an on-deck pair of debaters preparing their arguments.”

(Freeley and Steinberg 2009: 17)

A closer analysis of the debate characteristics and parameters as described above, reveals major benefits for the students as well as certain challenges that they might have to face. This debate format is suitable for university students who have not gained significant experience in debating at school. The format is fairly easy to master, giving at the same time ample opportunities for self-expression. It is also suitable for both in-person and online contexts. Naturally, in order to conduct an online debate successfully, students should possess solid computer skills. The digitalisation of language learning broadens the horizons of both teachers and students and opens new vistas for them. As Paradiž claims:

“The generation of “screenagers” who were born in the world of virtual needs more than just a plain text to learn. It requires digital bases to boost their learning process. With digitalisation of learning, language acquisition has become open and unlimited ...”

Paradiž (2021)

Conducting debates in ESP is a sphere in which autonomy of learning is not hard to achieve. The choice of topic as well as the control over the time limits and the content can be gradually delegated to the language learners. High media literacy is of utmost importance in the information search. The selection of persuasive arguments which are also relevant to the professional field in which the students plan to develop in the future is the responsibility of the participants in the debate. The final goal of the activity is to facilitate self-directed and self-controlled learning and to create responsible, confident and autonomous learners.

A major challenge faced by lecturers and students in a multicultural learning environment is the synchronisation of contradicting cultural aspects of the educational and especially cultural contexts in which the learners have grown up. Josefová and Štýrský (2016) consider the unprecedented move of people as one of the most important issues of the beginning of the 21st century:

“This political, sociological, geographical and psycho-linguistics phenomenon needs qualitatively new approaches in meeting races, cultures, religions, customs and habits. What are the possibilities of cohabitation of people in these new political, cultural and economic conditions? The way can be intercultural exchange characterised by mutual respect and the will to understand otherness and other values.”

Josefová and Štýrský (2016: 1)

Hopefully, in today's globalized world, culturally determined attitudes, expectations and reactions are rarely observed in a foreign language class. If they become evident during a debate, it should be assumed that they are trends and tendencies rather than solid modes of behaviour. Multicultural communication, in which the representatives of a certain culture interact at different levels with the representatives of other cultures, makes the differences and the boundaries blur and gradually disappear. The process is enhanced by the purposeful and stable implementation of communication strategies targeted at the development of personal qualities like tolerance, respect and openness to new ideas and viewpoints. They are essential for students of English for specific purposes, especially for students in the spheres of business, administration or tourism who often have to rely on their negotiation and persuasion skills.

Student mobility programmes in the spheres of business, administration and tourism function as a meeting point of various cultures. They attract international students and logically presuppose multicultural communication, most often in English. Debate as a learning activity contributes to the develop-

ment of qualities such as tolerance, self-confidence and responsibility, alongside openness to suggestions and constructive criticism. Debates contribute to the positive personal growth of the participants thus empowering the efforts of students and lecturers to prevent and overcome culture clashes and even conflicts.

Teaching ESP in a multicultural university setting in the 21st century is challenging but also rewarding. The development of communication strategies for persuasion and argumentation, for convincingly presenting and defending a viewpoint is essential in spheres like business, administration and tourism. Conducting debates in the context of multicultural university education gives students the chance to gain confidence in their own power to assert their human, professional and civic position, particularly when persuasion and negotiation skills are of crucial importance. Debates in both online and in-person classes provide invaluable practice in an activity aimed at appropriate self-expression and possibly reaching an agreement, thus contributing to the establishment of a stress-free learning environment with a higher degree of autonomy and responsibility as well. A successful debate depends heavily on media literacy for the selection of reliable sources and arguments and their proper wording, especially when the debate is conducted in a foreign language. Last but not least, debates contribute to the personal and professional growth of the participants and equip them with the necessary skills to communicate effectively in multicultural settings.

Bibliography

1. Freeley and Steinberg (2009). Freeley, A. J. and Steinberg, D. L. *Argumentation and Debate: Critical Thinking for Reasoned Decision Making*. Australia: Wadsworth Cengage Learning.
2. Josefová and Štýrský (2016). Josefová, A. and Štýrský, J. Multiculturalism in current tourism: Can tourism and travelling help to improve tolerance and understanding? . SHS Web of Conferences 26, 01052 (2016). ERPA 2015. https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2016/04/shsconf_erp2016_01052.pdf . (Retrieved 2023).
3. Paradiž (2021). Paradiž, A. Near, Far, Wherever You Are: Distance English Language Teaching. In: *Humanising Language Teaching. Pilgrims*. <https://www.hltmag.co.uk/jun21/near-far-whenever-you-are> . (Retrieved 2023)
4. 4 Types of Debates (2021). In: *Rise and Shine Debating*. <https://www.debating.net.au/post/4-types-of-debates> . (Retrieved 2023)

“SOFT” УМЕНИЯ НА ПРОФЕСИОНАЛНИЯ ФИТНЕС ТРЕНЬОР

гл. ас. д-р Иван Неделчев

Департамент „Здравеопазване и социална работа“;

Нов български университет

Резюме. Професионалистите в сферата на спорта и спортния мениджмънт функционират и се развиват в среда, която е изключително високотелна, изискваща широк спектър от умения и физическа и емоционална издръжливост. Професионалистите по спортен мениджмънт се нуждаят от отлични устни и писмени комуникационни умения. Ефективното общуване означава способността за ефективно предоставяне на точна информация, убеждаване на другите да променят мнението си, когато е необходимо, и изглаждане на различия [1]. Участието във физическа активност и спорт се свързва с различни когнитивни способности и други лични характеристики. Съвременната връзка между правенето на спорт и личните качества като soft (меки) умения и когнитивните способности на индивида обаче все още не са в детайли проучени.

Ключови думи: спортна практика, soft умения, физическа активност, когнитивни способности, комуникация.

SOFT SKILLS OF THE PROFESSIONAL FITNESS TRAINER

Asst. Prof. Ivan Nedelchev, PhD

Department of Health Care and Social Work,

New Bulgarian University

Abstract. Sports and sports management professionals work and develop in an environment that is extremely demanding, requiring a wide range of skills as well as physical and emotional endurance. Sports management

professionals need excellent verbal and written communication skills. Effective communication means the ability to effectively provide accurate information, persuade others to change their minds when necessary, and bridge differences [1]. Participation in physical activity and sports is associated with various cognitive abilities and other personal characteristics. However, the modern relationship between doing sports and personal qualities such as soft skills and cognitive abilities of an individual has not been studied in detail yet.

Keywords: sports practice, soft skills, physical activity, cognitive abilities, communication.

ВЪВЕДЕНИЕ

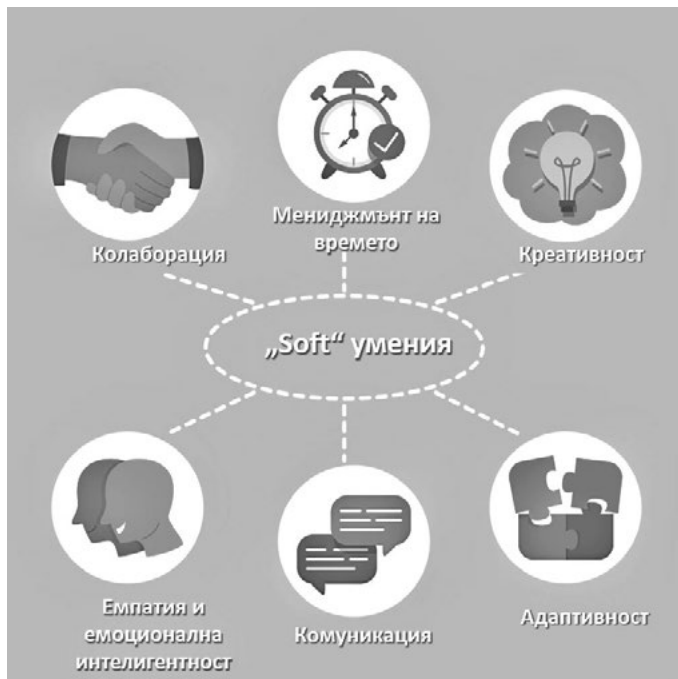
Физическата активност и практикуването на спорт са фундаментално важни през целия живот, а ползите от тях засягат различни аспекти на човека, както и повлияват сериозно на неговото психическо и физическо здраве. Ето защо международните организации ги подкрепят и препоръчват на хората да се стремят към (или поддържат) адекватни и здравословни нива на физическа активност и да се занимават със спорт (WHO, 2019).

Когнитивните способности като боравене с информация [3] и меки умения или личните качества, които положително регулират емоциите, мислите и целенасоченото поведение [4] са фундаментално важни за благосъстоянието и успеха на индивида в зряла възраст [5].

Важно е, че когнитивните способности и меките умения се смятат за гъвкави, както се предполага от специфични интервенции [1].

Soft skills (меки умения) са психологически способности на личността, които поддържат осведомеността му за конкретната ситуация и подобряват способността на индивида да свърши работа [6]. Терминът „меки умения“ често се използва като синоним на умения за хора или емоционална интелигентност. За разлика от твърдите умения, които описват техническата способност на дадено лице да изпълнява конкретно дефинирана задача, меките умения са широко приложими в длъжности и индустрии. Често се казва, че докато твърдите умения могат да осигурят на някого интервю, меките умения ще помогнат на този човек да получи (и да запази) работата.

- Емпат
- Фокусиран експерт и амбициозен стратег
- Уверен, мотивиран и мотивиращ оптимист
- Успешен мениджър на времето и уменията си



Към soft уменията спадат още:

- креативност
- чувство за хумор
- увереност
- честност и почтеност
- дружелюбие
- добри обноски
- позитивно отношение
- добри умения за слушане
- внимание към детайла
- способност за обхващане на голямата картина
- способност за вземане на добри решения
- комуникационни умения

ЗДРАВЕН ПЕРСОНАЛЕН МЕНИДЖЪР И КОМУНИКАТОР

Мениджърът е от една страна е съчетание на няколко категории функции, а от друга – представлява интердисциплинарист, който с фундаменталните си познания по управление на човешкия капитал и наличните ресурси, оптимизира съответната конкретна дейност. На първо място това е управленско поведение, което е сборна проява на информираност, експертност, компетенции и професионална власт. Насочен е към разширяване, усъвършенстване, развиване и обогатяване качеството на профилираните здравни грижи, чрез гарантирано насочване на най-достоверна информация в посока към потребителите, които ще направят посочените здравни цели постижими за тях самите.

Според авторска дефиниция, ние го определяме като методика, по която спортният треньор ефективно планира, събира, организира, използва, контролира и разпространява натрупания опит и информация, като с това осигурява пълноценното ѝ идентифициране и експлоатиране от страна на доверилите му се.

Целите на спортния информационен мениджмънт се изразяват в това, да предложи **адекватна информация на трениращия клиент**, независимо под каква форма е тя, в подходящото време, от правилния източник, в необходимата дозировка, с оптимална акуратност, колкото е възможно по-бързо. *Особено значение при това се придава на вторичните информационни продукти – знание, култура, доказателства, „добрите практики”, натрупан личен професионален опит.*

Спортните треньори или още фитнес треньорите са реално мениджърите на информация, които са отговорни за координиране и интегриране на широк обхват от дейности в спортен контекст, всички произвеждащи и потребяващи данни и информация с цел оптимизиране на личното здраве, телесни характеристики и кондиция.

Предоставят се услуги по планиране, агрегиране, анализиране, разпространяване и архивиране на потребителски данни, информация и натрупан опит, които се реструктурират за всеки отделен клиент и отно-

во се престандатизират с цел постигане на желаните резултати. Това може още да се нарече и Персонален здравни мениджмънт, който е базиран на натрупана чужда здравна и фитнес информация и доказателства, които обаче обслужват персоналните цели на трениращия.

Някои хора се нуждаят от малко допълнителна насока, за да успеят във фитнеса. Ето защо много фитнес центрове и здравни клубове предлагат лични треньори, които помагат на клиентите с лични фитнес планове срещу допълнително заплащане. Мениджърът/личен треньор наблюдава всички лични треньори във фитнес залата.

ПРОФЕСИОНАЛНИ ЛИЧНОСТОВИ ХАРАКТЕРИСТИКИ – ОРГАНИЗАТОР, ПРЕЗЕНТАТОР С ОРАТОРСКИ И АРТИСТИЧНИ КАЧЕСТВА

Мениджърът/персоналният фитнес треньор е преди всичко личен треньор. На първо място, това е професионалист с главна буква, той познава добре работата си и непрекъснато се усъвършенства. Външно той е спретнат и привлекателен, поддържа спортната си форма и е пример за подражание. Но в допълнение към тези данни, ключът към успеха са определени психологически характеристики, черти на характера и личност [7].

Мениджмънтът на информацията или информационният мениджмънт е управленско поведение, което е сборна проява на информираност, експертност, компетенции и професионална власт. Насочен е към разширяване, усъвършенстване, развиване и обогатяване качеството на здравните грижи, чрез гарантирано насочване на най-достоверна информация в посока към експертите, които ще направят посочените здравни цели постижими.

Информационният мениджмънт е мултидисциплинна стратегия, която прилага принципите на мениджмънта към важните за конкретната дейност и услуги фактори [8].

Друга дефиниция го определя като методика, по която организацията ефективно планира, събира, организира, използва, контролира и разпространява информацията си, като с това осигурява пълноценното ѝ идентифициране и експлоатиране.

Мениджърите на информация са отговорни за координиране и интегриране на широк обхват от дейности в медицинската и здравна дейност,

както и в спортната сфера. Към днешна дата обаче са наблюдава ръст на електронната информация, което поражда нови и много сериозни предизвикателства пред управленските кадри на всяко едно ниво във всяка една сфера – здраве, медицина, спорт.

Застъпва се схващането за мениджмънта на информацията в медицината, здравеопазването и спорта като поредица от: планиране, бюджетиране, приложение и контрол върху приложението на информационни ресурси в организацията.

Психологическият профил на успешния фитнес треньор включва оптимизъм, енергия, добра воля, увереност, лидерски качества, харизма или поне чар. Определен набор от психологически характеристики и формират уникална личност, като някои чертите са вродени, други се формират в резултат на навици и начин на живот.

Темперамент

Темпераментът принадлежи към така наречените вродени черти, които са четири основни типа [9]:

- Холерик – силна, но нестабилна нервна система. Този тип хора могат да вземат съзнателни решения, да изпълняват целенасочено поставените задачи и да устояват на слабостите и изкушенията, нямат проблеми в общуването.
- Сангвиник – силна, уравновесена и гъвкава нервна система. Сангвиниците са активни, общителни и лесно се адаптират към нови ситуации. Те са общителни, бързо се справят с хората и лесно установяват добри отношения с тях.
- Флегматик – мощен, балансиран и инертен. Ниско ниво на активност, бавно, упорито, спокойно, сдържано поведение, добри в общуването, но ниска общителност.
- Меланхолик – слабост на нервната система, нестабилност и инертност..

Най-хармоничният, разбира се, е сангвиникът – силен, уравновесен, подвижен тип. Но в живота често сме изправени пред смесен тип темперамент и се фокусираме върху преобладаването на определени характерови особености.

Между темперамента и характера има взаимозависимост: темпераментът допринася за развитието на определени черти на характера, но

характерът влияе и върху проявлението на темперамента и затова наличието на определен темперамент не води до окончателната преценка и заключение. Характеристиките като екстраверсия и интроверсия също са важни за професионалната дейност. Екстрове́ртът обикновено е ориентиран към външни обекти, докато интрове́ртът е ориентиран към вътрешния си свят. Повечето хора са амбиверти, т.е. комбинират чертите както на екстрове́рт, така и на интрове́рт. Например, активен, енергичен, пламенен служител на работа у дома се превръща в мълчалив интрове́рт.

За дейности, включващи интензивна комуникация, са подходящи екстрове́рти и амбиверти. В този смисъл, фитнес треньорът трябва да е оптималната комбинация от тях.

Лидерски умения

Основните качества, които определят успеха на добрия професионалист са способността да задържа вниманието на голяма аудитория, способността да убеждава клиентите, да бъде лидер и да има авторитет. Тези способности могат и трябва да се развиват.

За лидер и водач в ситуацията „треньор-клиент“ са важни увереността в себе си и в своите знания, силната воля, решителността, енергичността, организационните умения, готовността да поеме отговорност и способността да внушава доверие у хората. Развитието на лидерството е целенасоченото формиране и задълбочаване на съответните качества. Развитието на лидерството използва следните функции:

1. Развитие на лична мотивация;
2. Развитие на индивидуалните интелектуални и морални качества;
3. Осигуряване на социална компетентност на лидера и неговата добра воля в отношенията с членовете на групата (в нашата ситуация с клиенти);
4. Придобиване на умения и умения за бързо и правилно оценяване на ситуацията, за познаване и отчитане на особеностите, интересите на членовете на групата.

Харизма

Идеята за харизмата следва от темата за лидерството. Какво е харизма? Само вродено качество ли е или може да се развие? Нека се опитаме да го разберем.

Харизмата е даденост – съвкупност от специални качества, които се изразяват в способност за ефективно въздействие върху другите. В древногръцката митология харизмата е милост, благодат, божествен дар. Харите са древногръцките богини на красотата и изяществото.

Харизмата привлича хората към собственика си, предизвиква възхищение. Харизмата се състои от реалните способности на субекта и качества, които му присвояват последователите. От индивидуалните характеристики на харизматичната личност на първо място е самочувствието, след това чар, активност, енергия, отдаденост, чувство за хумор, интелигентност, ерудиция, креативност, лидерски качества.

Сред основните характеристики на личността на фитнес треньорите, независимо от пола и специализацията, преобладават следните: екстраверсия, привързаност, самоконтрол, емоционална нестабилност, изразителност.

Според традиционните идеи в психологията типичните екстраверти са общителни, активни, обичат развлеченията и груповите събития, имат голям кръг от приятели и познати, склонни са към остри, вълнуващи впечатления, често рискуват, действат импулсивно.

Лицата, които проявяват фактора „привързаност“, изпитват нужда да бъдат близо до други хора, да помагат на някого. Такива хора по правило са мили, съпричастни, разбират добре другите хора, чувстват лична отговорност за своето благополучие и са толерантни към недостатъците на другите. Те знаят как да съчувстват и да се радват на успеха на други хора. Такива хора имат социална ориентация на личността, опитват се да избягват разногласия, не обичат конкуренцията, предпочитат да си сътрудничат с хората, вместо да се състезават.

На полюса на високите ценности стоят такива личностни черти като целенасоченост, добросъвестност, отговорност и точност в бизнеса. Такива хора обичат реда и комфорта, упорити са в дейности и обикновено постигат високи резултати в тях. Индивид, който се контролира, като правило се придържа към моралните принципи, не нарушава общоприетите норми на поведение в обществото.

За типичния профил на „успешен“ фитнес треньор, независимо от пола, може да се обобщят следните фактори: екстраверсия, привързаност, самоконтрол, емоционална нестабилност, изразителност.

Ораторство

Според Тълковния речник на българския език „оратор“ е човек, който има дарба да говори красноречиво. Ораторското изкуство се отнася до майсторство в публичното говорене, което изисква разнообразие от силни и меки умения, включително:

- издръжливост
- харизма
- емпатия
- увереност
- комуникационни умения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Независимо дали става въпрос за тернировка в залата, срещи в Zoom, презентации в университета или Reels в Instagram, ораторските умения остават изключително важни за професионалния и личния успех на всеки един специалист, независимо от професията му. Да си добър оратор е една от отличителните черти на добрия лидер, което пък поставя изискване пред професионалните треньори да работят в тази посока, тъй като тези умения имат силата да подобря позицията им, както сред професионалната гилдия, така и сред трениращите и доверилите се.

Неизменен е и фактът, че добрият оратор е този, който познава аудиторията си. В този смисъл професионалният треньор трябва да приспособи съдържанието си към клиентските очаквания и професионалния си език си към тяхното ниво на комфорт и познания.

Уменията да се изразява и говори таргетирано, убедително и мотивиращо се развиват през по-голямата част от професионалния път на треньора, и често може да се окажат неочаквано трудна задача.

Използвани източници

1. Feraco, T., & Meneghetti, C. (2022). Sport Practice, Fluid Reasoning, and Soft Skills in 10-to 18-Year-Olds. *Frontiers in human neuroscience*, 16, 857412. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2022.857412>
2. Световна здравна организация. (2019 г.). *Глобален план за действие относно физическата активност 2018-2030: По-активни хора за по-здрав свят*. Женева: Световна здравна организация.
3. Carroll J. B. (1993). *Human Cognitive Abilities: A Survey of Factor-Analytic Studies*. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Park N., Peterson C., Seligman M. E. P. (2004). Strengths of character and well-being. *J. Soc. Clin. Psychol.* 23 603–619. 10.1521/jscp.23.5.603.50748
5. Heckman J. J., Kautz T. (2012). Hard evidence on soft skills. *Labour Econ.* 19 451–464. 10.1016/j.labeco.2012.05.014
6. Stephen Gibb (2014) Soft skills assessment: theory development and the research agenda, *International Journal of Lifelong Education*, 33:4, 455-471, DOI: 10.1080/02601370.2013.867546
7. Неделчев И., (2016), Функционални характеристики на фитнес инструктора, НСА, София.
8. Неделчев И., (2019) Съвременни психологически и философски аспекти на културизма и фитнеса.
9. Cloninger, C.R. (1987). A systematic method for clinical description & clarification of personality variables. *Archives of Generalpsychiatry*, 44(6),573-88 (2) (PDF) Temperament and its Implications: A Review. Available from: https://www.researchgate.net/publication/335715995_Temperament_and_its_Implications_A_Review [accessed Mar 10 2023].

ОПИТ ЗА ПРИЛАГАНЕ НА ПАРТИКУЛНАТА ТЕОРИЯ В ЧАСОВЕТЕ ПО РУСКИ ЕЗИК В БЪЛГАРСКИТЕ УЧИЛИЩА

д-р Илия Солтиров

Департамент „Нова българистика“,
Нов български университет

Резюме. В настоящата статия терминът *партикулна елипса* се използва за обозначаване на съвкупност от фразеологизирани синтактични модели, чиято семантика обхваща множество прагматични измерения. Обект на изследването в тази статия са руските партикули. Целта на изследването е да се определи значението и ролята на блуждаещите частици в руския език. Партикулите са някакви специални морфеми, които могат да се комбинират помежду си: *то+ли+ко*, *на+да+ли*, *и+ли*. Идеите на изследването могат да послужат за създаване на нов педагогически подход.

Ключови думи: партикули, партикулна елипса, дейксис, педагогика.

AN ATTEMPT TO APPLY THE PARTICLE THEORY IN RUSSIAN LANGUAGE CLASSES IN BULGARIAN SCHOOLS

Iliya Soltirov, PhD

*Department of New Bulgarian Studies,
New Bulgarian University*

Abstract. In the current paper the term *particle ellipse* is used to denote the plethora of phraseological syntactic models whose semantics encompasses numerous pragmatic dimensions. The object of study of this article is the

Russian “stray” particles. The research purpose is to define the significance and the role of the “stray” particles in Russian. The “stray” particles are some kind of special morphemes that can combine with each other: *to+li+ko*, *na+da+li*, *i+li*. The ideas of the research can serve to create a new pedagogical approach.

Keywords: “stray” particles, particle ellipse, deixis, pedagogy.

През последните десетилетия научните изследвания в областта на лингвистиката се фокусират не само върху специализираните проблеми, които са характерни за съответната област на научно познание, а обхващат и нерешените въпроси от погранични дисциплини, чиито обект на изследване е езикът в неговата статичност или динамика. Внедряването на новите лингвистични постижения във възпитателно-образователния процес е все още епизодично и фрагментарно. От друга страна, през последните пет десетилетия в лингвистиката се случи революция на големите идеи, в резултат на което границите на тази наука започват да стават нестабилни, а тя – неустойчива и подвластна на външни центробежни въздействия. Импулсът, който промени първоначалния облик на науката за езика, беше широкомащабното нахлуване на много лингвисти в науки, които заемат положение между лингвистиката и другите области на човешкото познание. Тези промени налагат изграждане на иновативна стратегия за постигане на компетентностите в обучението по руски език, базирана върху нови подходи, които притежават сериозен потенциал.

В този смисъл партикулната теория, която интегрира множество семи, би могла да бъде отправна точка за отговор на новата ориентация на учебния процес, чиято цел е да се осигури цялостното развитие на детето в образователен и когнитивно-прагматичен аспект.

До преди няколко години в научната общност се считаше, че примарните езикови единици са се зародили в онтогенезата и се разпространяват поотделно. Откритието на Т. М. Николаева, свързано с наличието на клъстърни партикулни образувания, които функционират въз основа на строга коагулация, постави повратна точка в разбирането на тяхното разпространение и причината те да се характеризират с висока комуникативна фреквентност. Тези предварителни данни могат да ни помогнат при разработването на по-ефективни образователни методи за осъществяване

на обучението по руски език в българските училища. За целта се нуждаем от теоретичен фундамент, върху който може да стъпи настоящото изследване.

ТЕОРИЯТА ЗА ПАРТИКУЛИТЕ

В науката за езика съвсем отскоро се заговори за непарадигматичните отношения. В настоящата работа за отправна точка се приема тезата на Т. М. Николаева за съществуването на неописан езиков пласт, в който са селектирани най-архаичните езикови образувания. За тази цел тя въвежда термина *партикули*, в рамките на който попадат нееднородни от таксономична гледна точка единици. Партикулите носят непроизведен характер; не могат да бъдат разделени на по-прости единици; свързват се с периода на зараждане на индоевропейския праезик, когато не е имало стабилизирани граматичен строй и утвърдени парадигми; те са с обратна векторна ориентация спрямо знаменателните думи. Партикулите не са изчезнали, а днес те функционират в езика във вид на скрита памет. Те действат на подсъзнателно ниво и с тяхна помощ е възможно в речта да се уловят най-чувствителните и неясни смислови резонанси. Скрытата памет днес може да се открие в наличието на някои шаблонни прояви на тенденция при прегрупирането на партикулите в речта. Прономиналният генезис на партикулите поддържа тясната им връзка с местоименията, частиците, съюзите, предлозите, клитиките и детерминативите. Партикулите се комбинират помежду си чрез строго регулиран кохизионен механизъм, който притежава отчетлива антропоцентрична специфика и има пряко отношение към дейксиса на каноничната ситуация, както и към наративния дейксис. Партикулната кохезия е отглас от предфлексивния строй на индоевропейския език, когато са действали особени правила за селектиране и подредба на езиковите единици. Т. М. Николаева нарича сбора от тези микроправила *минисинтаксис*, т.е. това са правилата за поведение на асистемните единици в речта и за тяхното прегрупиране в системата на езика [виж 3]. В семиозиса на лингвистиката става въпрос за своеобразна партикулна дериватология, която притежава иманентен характер, но не намира отражение в конвенционалните граматика.

ТЕОРИЯТА ЗА ДЕЙКСИСА

В лингвистичните описания често се среща терминът *деиктични думи*, които служат като сигнали в текста и подпомагат осмислянето на цялостната информация от реципиентите. Деиктичните и знаменателните думи са в отношение на постоянен антагонизъм, между тях се наблюдава абсолютен дуализъм. Идеята за дейксиса не е нова за лингвистиката; тя се поражда още в античността, но в по-ново време среща подкрепа от страна на К. Бругман, К. Бюлер, О. Йесперсен, А. М. Пешковский, Р. О. Якобсон (използващ термина *шифтери*) и др. Според К. Бюлер личното местоимение за 1-во лице, ед. число влиза в триадата *я – здесь – сейчас*, като по този начин дейксисът се представя във вид на тричленна система, съдържаща елементите *говорещо лице, пространство и време* [виж 1]. Най-абстрактните и максимално отдалечени опозиции тук биха наподобявали следните семантични рамки: *я – ты, я – он, здесь – там, этот – тот, кто – что, никогда – всегда*. Посочените деиктични значения представляват механизма, по който една или друга партикула се употребява в дискурса при обозначаването на различни логико-понятийни отношения – въпрос и отговор, определеност и неопределеност, еднократност и многократност, притежание и непритежание, множественост и единичност, частичност и цялост, местоположение и липса на местоположение, одушевеност и неодушевеност и още много др. „Основните признаци на деиктичните думи са: 1. ситуативност, т.е. семантичната зависимост от ситуацията на речта, извън която значението на такива думи е размито и неясно; 2. егоцентризмът, т.е. постоянното отправяне към субекта на речта; 3. субективност: външният обект се отличава не според собствените си признаци, които са независими от говорещото лице, а според напълно случаен за него признак за съотнасяне с говорещото лице; 4. моментна и нестабилна специфика на актуалното значение, преминаваща от един случай на употреба към друг” [2: 5-6]. Знаменателните думи, от своя страна, са надситуативни и неегоцентрични.

Като доказателство за важността на антропоцентричния (или егоцентричния) подход може да се приеме следният пример. Една от причините, която кара Т. М. Николаева да нарече консонантните партикулни елементи **t* и **s* *граматичен център*, е фактът, че тези единици изразяват определена или неопределена семантика, която винаги изхожда от говоре-

щото лице: *Здeсь нахoдится дача* (близост); *Там висят часы* (отдалеченост). Тази семантична зависимост се чувства още по-ясно при преизказването на чужди думи: *Он сказал, что здесь находится дача* (местоположението на предмета се определя от гледната точка на говорещото лице, което изразява чуждото изказване). Благодарение на тази особеност елементите **t* и **s* се доближават до семантичното поле на личното местоимение *я*, което напълно основателно може да бъде обявено за първостепенен граматичен център, способен да изразява висша степен на актуализация и индивидуализация.

ПЕРСПЕКТИВА НА ПАРТИКУЛНАТА ТЕОРИЯ В ЧАСОВЕТЕ ПО РУСКИ ЕЗИК В БЪЛГАРСКИТЕ УЧИЛИЩА

Лингвистиката е наука, която се развива с невероятно бързи темпове, особено през последните три десетилетия. Този научен прогрес налага много бърза промяна на учебно-познавателните методи на всички дисциплини, които по един или друг начин оперират с езика. Това е особено актуално за обучението по чужди езици. Следването на създадените традиции е задължително, но в същото време е наложително изработването на нови подходи, отговарящи на актуалните потребности на учениците. Антропоцентричната насоченост на партикулната теория ни предлага един нов и перспективен модел, който спомага за поддържането, актуализирането и многократното използване на ограничен брой езикови единици в различни по вид речеви ситуации.

Тук е мястото да се спомене, че дадената статия има чисто информационен характер и не претендира за изчерпателност. Внедряването на партикулната теория в часовете по руски език представлява интелектуално приключение и изисква задълбочено изследване на всички възможни прояви на скрита памет в езика, както и създаването на образователни подходи, които да представят по подходящ начин пред учениците механизма за комбиниране на партикулите. Процесът трябва да се извършва чрез прилагането на принципа на комплементарност, т.е. като се съчетаят научните постижения на лингвистиката и педагогиката.

ПАРТИКУЛИТЕ КАТО КОНСТРУКТОР, С ПОМОЩТА НА КОЙТО МОГАТ ДА БЪДАТ ПОСТРОЕНИ РАЗЛИЧНИ ФИГУРИ

Внедряването на партикулната теория в часовете по руски език не зависи от степента на трудност, нито от равнището на резултатите на учениците. Този подход може да се култивира и на елементарно ниво. Най-популярният пример за това е партикулната комбинаторика.

Партикулният езиков инвентар по същество е богата колекция от елементарни по структура градивни елементи, които притежават акумулиращ характер и служат за построяване на по-сложни езикови единици на базата на строги синергетични модели и релации. Този подход цели да насърчи креативността, ролевите игри и въображението. За целта на учениците предварително се предлага ограничен брой от партикули (*да, ли, же, у, не*), с помощта на които е необходимо постепенно да се усложняват партикулните образувания, докато се достигне до възможно най-сложното единство.

Партикула, която се среща във всички комбинации	Комбинация от две партикули	Комбинация от три партикули	Комбинация от четири партикули
же	да+же	у+же+ли	не+у+же+ли

Високата фреквентност на партикулите и тяхната елементарна структура ни предоставят интересна възможност: предварително се предоставят на учениците списък от няколко партикули (*чь, къ, же, ли, то, съ, де, да, не, ну та, и, у*) и диалог, който е написан на български език. Задачата се състои в определяне на подходящите партикулни комбинации за превод на предоставения текст:

-*Нещо тук не е наред.*

-*Тук?*

-*Ами да, тук.*

-*Е и?*

-*Някой вече е тук.*

-*Нима?*

- Ами да.
 -Какво от това?
 -Ама че работа!

Комункативен отрязък от партикулни единици	Комбинация от отделни партикули
- <i>Что-то здесь не так.</i>	<i>Чь+то+то+сь+де+сь+не+та+къ</i>
- <i>Здесь?</i>	<i>Сь+де+сь</i>
- <i>Ну да, здесь.</i>	<i>Ну+да+сь+де+сь</i>
- <i>Ну?</i>	<i>Ну</i> (единична партикула)
<i>Кто-то уже здесь.</i>	<i>Къ+то+то+у+же+сь+де+сь</i>
<i>Неужели?</i>	<i>Не+у+же+ли</i>
<i>Ну да.</i>	<i>Ну+да</i>
<i>Ну и что же?</i>	<i>Ну+и+чь+то+же</i>
<i>Ну и ну!</i>	<i>ну+и+ну</i>

СКРИТАТА ЕЗИКОВА ПАМЕТ И ПАРТИКУЛНАТА ЕЛИПСА

Като теоретична основа за прилагане на още един нов подход в съветите по руски език ще използваме следното твърдение на Т. М. Николаева: "Говорейки обобщено, понятието „скрита памет на езика“ може да се формулира като онази ситуация (или онези случаи), когато в употребата на речта съществуват два сякаш свободно заменящи се в комуникацията варианти (лексеми, граматични форми, синтактични модели и под.); при това на въпроса, с какво тяхната употреба се различава, носителят на езика не може да отговори. [...] Понякога за откриването на тези различия помага някакъв форматив, който не се описва и не се възприема традиционно като релевантен фактор за различаване на „вариантите“ [3: 51]. На учениците се съобщава предварително за наличието на ограничен езиков инвентар, който в семантичен план може да бъде представен чрез формулата *я – здесь – сейчас*. С други думи, учащите ще трябва винаги да търсят връзката между формалния езиков показател и неговото отношение към действащото лице, както и към категорията *определеност/неопределеност*. Въвежда се терминът *партикулна елипса*, която по същество е пропуснат компонент в партикулна комбинация. Значимото отсъствие тук експли-

цира отношенията между съставните части, така че да осигури семантична стойност на всяка една партикулна единица.

1. Партикулите *да* и *же* в дадено изречение могат да бъдат както прилепени една към друга, така и дистантно разположени. В последния случай между частите на партикулната комбинация се разполага друг синтактичен елемент. Въпреки посочените формални параметри, описаната партикулна композиция може да изразява подчертаването на някаква заповед и в двете обозначени условни ситуации – неотделимо и разделно прегрупиране между две партикули. По този начин единството *даже* засилва и подчертава значението на формата на глагола в повелително наклонение (*Да отговор ми!*; *Даже не отговори ми!*). Формира се впечатление, че в двете изречения партикулната комбинация *да+же* изпълнява твърждествени функции. Възможно е посочените случаи не са равностойни. Внимателното запознаване със спецификата на тези езикови ситуации показва, че във втория пример след слепената партикулна композиция *да+же* се появява частицата *не*, която реално демонстрира следи от скритата езикова памет, за която Т. М. Николаева говори. Тенденцията тук може да се формулира по следния начин: **партикулната комбинация *да+же* не е разпокъсана от други лексикални единици в изречението, когато се употребява отрицателна подбудителна форма на глагола. При употребата на положителна заповедна форма отделните части на съответната композиция са дистантно разположени.** Посоченото различие се извежда въз основа на скритата езикова памет, която, от своя страна, формално се изразява чрез наличието или отсъствието на първичната партикулна единица *не*. Тенденцията се представя на учениците като граматично правило в рамките на партикулната теория:

Дистантно разположение на партикулната комбинация <i>да+же</i> . Отсъствие на негация в глаголното наклонение.	Единно разположение на партикулната комбинация <i>да+же</i> . Наличие на негация в глаголното наклонение.
<i>Да думай же!</i>	<i>Даже не думай!</i>
<i>Да говори же!</i>	<i>Даже не говори!</i>
<i>Да вставай же!</i>	<i>Даже не вставай!</i>

Още веднъж трябва да се подчертае, че посочените примери демонстрират някаква тенденция, която обаче не притежава абсолютни граници. Могат да се срещнат и изключения от посоченото правило: *Да не думайте же про это, не думайте об этом совсем!* (Фёдор Достоевский, „Братя Карамазовы“). В последния пример негацията е съпроводена от дистантното разположение на партикулите *да* и *же*. Освен това партикулата *не* участва като втори, а не като трети компонент на партикулната комбинация, което още повече подлага на съмнение важноста на посоченото изключение в рамките на изследвания контекст.

2. Втората проява на скрита езикова памет в рамките на партикулната теория е свързана със съюза *чтобы*, който изцяло е съставен от примарни частици (*чь+то+бы*). Като основна отправна точка за по-нататъшните разсъждения ще послужат всички лингвистични изследвания с практична насоченост, които се концентрират в разбирането, че съюзът *чтобы* е способен да изразява цел или задача и предполага наличието на два частни случая: 1. Синтактична структура *съюз „чтобы“ + инфинитив на глагола* (субект 1); 2. Синтактична структура *съюз „чтобы“ + форма за минало време на глагола* (субект 1+субект 2). Оттук може да се изведе втори закон в рамките на партикулната теория, който е необходимо да бъде представен на учениците във вид на граматична норма: **ако в главното и подчиненото изречение е представен само един субект, след съюза *чтобы* е необходимо да се използва инфинитивът на глагола; при наличието на два субекта в идентични конструкции след съюза *чтобы* се употребява формата за минало време на глагола. В първия случай понякога е възможно да се пропусне употребата на съюза, а във втория случай такава замяна не е възможна: *Я пришел сюда, чтобы встретиться с вами.* = *Я пришел сюда встретиться с вами.* Потенциалният пропуск на разглеждания съюз е свързан с наличието на личното местоимение *я* в първата и втората част на изречението, макар че в подчиненото изречение това наличие се подразбира, т.е. не е маркирано чрез езикова единица.**

един субект	два субекта
<i>Я пришел сюда, чтобы встретиться с вами.</i>	<i>Я пришел к другу, чтобы он объяснил мне грамматику.</i>
<i>По дороге домой я зашел в аптеку, чтобы купить лекарства.</i>	<i>По дороге домой я зашел к одноклассникам, чтобы они дали мне книги.</i>

3. Нашето разбиране за структурна компресия на партикулните връзки включва още една ситуация, която е добре позната на специалистите в обучението по чужд език, но би могла да се представи по неконвенционален начин, т.е. през призмата на партикулната теория. Илюстрация на партикулна елипса може да се направи с постулирането на следните примери:

един обект/субект	два обекта/субекта
Я работая в школе. Моя сестра тоже/также.	Мы хорошо знаем русский язык. Также мы неплохо говорим по-английски.
Настя и Вика едут на море. Саша тоже/также.	Я изучаю испанский язык в университете, я также изучаю греческий язык самостоятельно.

В случая са налице партикулни комбинации, чието формално различие се материализира чрез отсъствието на въпросителната партикула *къ* (*тоже=то+же; также=та+къ+же*). Пропускът на тази примарна едигина е свързан с наличието на различни семантични релации между партикулните значения, които имат връзка с категорията *определеност/неопределеност*, а оттук и с теорията за дейксиса. На учениците може да бъде предоставена следната граматична норма: **партикулното съчетание *тоже* се използва при наличието на два субекта. В дадения контекст партикулните комбинации *тоже* и *также* са взаимозаменяеми. При наличието на един субект се употребява съчетанието *также*. Основното в случая е да се разбере към коя дума се отнася значението на присъединяване, както и отношението между въпросителната партикула *къ* и изразяването на неопределеност (множественост).** Сериозен интерес от семантично гледище представлява наличието или отсъствието на партикулата *къ*. Изразяването на въпросителност е основно звено в семантично-функционалното поле на посочения елемент. Въпросът изпълнява изключително важна когнитивна функция, а търсенето на неизвестна информация е фундаментална съставна част на речевия акт. Въпросът е тясно свързан с неопределеността. Доказателството на това твърдение се намира в индоевропейския език, където въпросителното местоимение е

изпълнявало ролята на неопределително [4: 222]. Интересно е да се отбележи, че това разграничение е направено въз основа на интонационната оформеност на изречението – без ударение въпросителните местоимения са имали неопределено значение. Значението на интонационните контури се е съхранило и в съвременния руски език, където тонът на гласа се повишава при изговарянето на въпросителната дума: *Кто был здесь? Что ты сказал?* Изразяването на въпросителност в съвременния руски език се осъществява най-често чрез партикулата *къ*, която, от своя страна, съвпада с определена част от структурата на някои въпросителни местоимения и наречия: *кто, как, куда, когда, какой*. Преходът от въпросителност към неопределеност може да бъде многоетапен: на лингвиста се налага да прилага множество логико-понятийни операции.

Случаите, свързани с наличието на теоретично възможни, но реално нерегистрирани структурни и семантични партикулни модели, може да бъде илюстриран чрез наблюдения за подреждане на различни партикулни елементи, които имат пряко отношение с категорията *определеност/неопределеност*. Ако посочените в тази статия разсъждения са правилни, има основания да се смята, че скритата езикова памет се ръководи от принципи, които до голяма степен са предопределени от употребата на партикули, чието семантично ядро е съставено въз основа на теорията за дейксиса. Партикулният минисинтаксис предоставя богата и интересна информация, която може да послужи като основа за създаването на нов подход в обучението по руски език в българска езикова среда.

Използвани източници

1. **Бюлер, К.** Теория языка. Москва, 1993.
2. **Кацнельсон, Д.** Содержание слова, значение и обозначение. Издание третье. Москва: Едиториал УРСС, 2011.
3. **Николаева, Т.** Непарадигматическая лингвистика. История „блуждающих частиц”. Москва, 2008.
4. **Семереньи О.** Введение в сравнительное языкознание. Москва, Едиториал УРСС, 2002.

ПРАГМАТОНИМИТЕ В ГРАДСКОТО ОНОМАСТИЧНО ПРОСТРАНСТВО

ас. Златина Николова

*Катедра по чужди езици,
Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас*

Резюме. Статията разглежда спецификите и особеностите при образуването и възприятието на прагматонимите в градското ономастично пространство. Целта на настоящото изследване е да даде дефиниции на термина, както и негови основни характеристики. Като част от градската езикова култура, прагматонимите формират езиковата идентичност на града и отразяват много от икономическите и културни процеси, протичащи в него. образуването на прагматонимите е продължителен процес, който е станал значително по-активен през последните години най-вече поради социално-икономическите промени, които се случват в обществото. Главна особеност при тях е, че те отразяват времето, в което са създадени. Градската езикова култура или дискурсивният градски пейзаж оказва голямо влияние върху жителите на града, тяхното социално благополучие и емоционално оценъчно отношение към външната среда.

PRAGMATONYMS IN THE URBAN ONOMASTIC LANDSCAPE

Asst. Prof. Zlatina Nikolova

*Department of Foreign Languages,
Prof. Assen Zlatarov University*

Abstract. The article examines the specific features of forming and perceiving pragmatonyms in the urban onomastic landscape. The purpose of the present paper is to provide definitions of the term as well as its main characteristics. As part of the city's linguistic culture, pragmatonyms shape

the city's linguistic identity and reflect many of the economic and cultural processes taking place in it. The formation of pragmatonyms is a long process which has become significantly more active in recent years mainly due to the socio-economic changes in the society. Their main feature is that they reflect the time they were created in. The urban linguistic culture or the discursive urban landscape has a great influence on the inhabitants of the city, their social well-being and emotional evaluative attitude towards the external environment.

Keywords: pragmatonyms, linguistic landscape, trademarks, company name

УВОД

Градското ономастично пространство се променя под влиянието на социални и икономически процеси и поради тази причина е индикатор за езиковите предпочитания на населението. С увереност може да се твърди, че създаването на словесни търговски марки е много времеемък процес, а проблемът, който разглеждаме, е актуален обект на множество разработки в различни дисциплини, изисква наличието на многостранни познания в областта на лингвистиката, психологията, социологията, мениджмънта, рекламата, юриспруденцията и някои други области. (Алмазова, 2017)

ДЕФИНИЦИИ НА ТЕРМИНА

В общия обем от собствени имена съвременната наука разграничава доста голяма група имена, които назовават търговски марки или словесни търговски марки. З.П. Комолова предлага тези имена да се отделят в специална група и да се обозначат с термина прагмоним (от др. гръцки *pragma* „нещо, продукт“ + *онума* „име“). Тоест терминът прагмоним обозначава търговска марка или словесна марка като обект на лингвистично изследване [Комолова 1971: 65].

Подолская дава подобно определение за прагмоним: Прагмоним (от гръцките съществителни *πράγμα* 'нещо' или 'стока' и *ὄνομα* 'име') се отнася до собствено име, обозначаващо търговска марка (Подольская 1988: 113).

А.В. Суперанская смята, че „прагмонимите трябва да се наричат търговски марки или словесни търговски марки, въпреки факта, че имат характеристики, типични за класа оними“. Според А. В. Суперанская, „прагмонимите заемат междинна позиция между соционими и апелативи (нарицателни имена). Основната характеристика, която не позволява отнасянето на прагмонимите към собствените имена, е тясната връзка на търговските марки с предметните характеристики на стоките“ [Суперанская 1973: 179].

И.В. Крюкова в своите научни трудове анализира историята на формирането на термините за класификация на търговски и рекламни имена. Според нея, „в по-рано написаните трудове на други изследователи неправилно е използван терминът „прагмоним“. Учените не са взели предвид граматичната форма и правилата за заемане, признати в класическата филология: основата на заетата дума трябва да има формата на родителен падеж. Изследователят предлага да се въведе терминът „прагматоним“. [Крюкова 2004: 98].

Н.Л. Шведова, подобно на А.В. Суперанская, счита прагматонимите за периферни оними, аргументирайки тази идея със слаба система и структура, нестабилност на правописа. Според Н.Л. Шведова, „прагматонимите са повлияни от езиковата мода“ [Шведова 2011: 98].

С изучаването на вербалните търговски марки в лингвистиката се формира терминологичен апарат, появяват се термини като рекламно име, прагматоним, прагмоним, хемероним и др.

В по-късните си изследвания, И.В. Крюкова предлага в понятието „рекламно име“, да се включи широк набор от имена, а именно: словесни търговски марки (**прагматоними**), номинации на организации (**ергоними**), средства за масова информация (гемероними), конкурси, концерти, фестивали (геортоними), превозни средства (пореоними). Според И.В. Крюкова тези имена имат обща прагматична насоченост, характеризират се с някои особености на рекламния език [Крюкова 2011: 4].

Тъй като прагматонимите (прагматоними, словесни търговски марки) принадлежат към ономастичната система, повечето учени ги смятат за собствени имена.

В българските ономастични (и езиковедски) изследвания терминологичното означение **прагматоним** не е добило популярност. Една от причините е, че вместо него се е установил терминът **хремадоним**, който в славянската ономастика получава различни дефиниции и съответно е с

различен обхват. В „Енциклопедия на българската ономастика“ откриваме следната дефиниция за прагматоним: „всяко име с денотат в практическата сфера; гр. πρᾶγματος ‘предмет, вещь’“ (ЕБО 2010: 357), а под хремадоним се разбира „всяко собствено име на отделна вещь, предмет от материалната култура, обикн. уникален по изработка, ценност и предназначение“, като е пояснено, че е „близко, но различно от прагматоним“ (ЕБО 2010: 485).

Бакърджиева предлага следните **начини за номинация при прагматонимите** (Бакърджиева, 2017)

- Трансонимизация (от други проприи): – антропоним: вафли Ная, лютеница Тодорка, майонеза Краси; – топоним: слънчеви очила Сахара, прясно мляко Верея, минерална вода Девин, олио Калиакра; – идеоним: вино Le Streghe („Вещиците“ – музикална пиеса на Н. Паганини).
- Проприализация (от апелативи в най-широк смисъл): – съществителни нарицателни: бисквити Закуска, бонбони Теменужка, олио Бисер, крем Здраве; – наречия: дезинфекциращ обезмаслител Чисто; вафла Споко (отсечена форма от спокойно); – междуметия: шампоан Па-па; – числителни: вино 600; – префиксоиди: вафла Хипер;
- Деривация (създаване на неологизъм): шоколадови бонбони Таралежки, бисквити Насладки, тоалетна хартия Белана.
- Абревиация (различни модели): салфетки Санитекс (санитарен текстил), FruNu (Fruit & Nut bar). По своята структура, произход и състав прагматонимите могат да бъдат:
 - Едносъставни ↔ съставни: бисквити Роден край, бонбони Морско дъно;
 - домашни ↔ чуждоезични лексеми и изрази: сапун Tet-a-tet, боя за коса Style;
 - хибридни: енергийно блокче (бар) 100% Power, вино K2 (купаж от каберне совиньон и каберне франк).

Според словашкия ономаст М. Майтан (2012: 274) терминът прагматоним не би следвало да се отнася за имена изобщо, а за собствени имена на продукти. Наред с това е необходимо да се уточни дали в обхвата му се включват собствени имена както на единични, така и на серийно произведени продукти, при което би могло да се прокара разграничението на уникатоними и серионими. Макар че за „същински“ проприи се смятат уникатонимите, още Я. Свобода (1960: 281) изтъква, че при серийно произ-

вежданите продукти със собствено име се означава не конкретен продукт, а търговска марка, серия, тип, модел и пр. Следствие от различните интерпретационни подходи е нееднозначното отнасяне на прагматонимите към проприалната сфера, а оттам и включването им в онимичните класификации. Вписването на проблематичната група названия на продукти в системата на СИЗ може да се проследи, ако се сравнят основните класификации, застъпени в българските и в чешките и словашките лингвистични трудове. (Бакърджиева, 2017)

Изследователят А.А. Исакова отбелязва, че прагматонимите често отразяват идеологическите, прагматичните и естетическите идеи не само на обществото като цяло, но и на индивида в частност. В процеса на номиниране се проявяват индивидуализиращи тенденции поради разширяването на мрежата от частно предприемачество и частна собственост. Важно е да се вземе предвид горното, когато се разглежда семантичната структура на определени индустриални прагматоними. Примери за това са имената на модни къщи (Dior, Chanel, Lagerfeld и др.) и продуктите (предимно облекла и аксесоари), които те предоставят на публиката. Това включва и имената на компании, които произвеждат автомобили, и които съвпадат с имената на техните дизайнери или собственици на компании (Ferrari, Cadillac и т.н.), както и някои други индустриални прагматоними. Според А.А. Исакова, собствените имена могат да се използват в семантичната структура на този вид прагматоними. (Исакова, 2012)

Марките, кръстени на известни лица, могат да стимулират потреблението, защото потребителите ги харесват и така се получава психология на подражанието. В Китай това е например марката за спортни облекла „Ли Нин (Li-Ning)“ („李宁“), кръстена на основателя на компанията и трикратен олимпийски шампион по спортна гимнастика Ли Нин (Li Ning). (Ман Шу, 2021)

„Името“ на марката трябва да бъде такава, че при цялата си краткост да предизвиква асоциации, „програмирани“ в потребителя. Изображенията могат да бъдат различни, но те трябва, първо, да бъдат твърдо свързани в съзнанието на потребителя със сферата на дейност на компанията, второ, да направят благоприятно впечатление на адресата и трето, да бъдат ефектни, привлекателни.

Краткостта като качество на марката се отнася както до словесната формулировка (име, слоган), така и до външния израз на марката (лого). Краткостта като качество се състои от два аспекта. Първо, името на марка-

та не трябва да се състои от твърде много срички. Според данни от проучване 70% от китайските марки (включително китайската версия на чужди марки) са с 2 знака, 29% са с 3 знака и само около 1% са с повече от 5 знака. Марките с по-малко символи са по-лесни и по-бързи за разбиране. Второ, при избора на думи за търговски марки се използва опростен китайски – пинин. (Ман Шу, 2021)

Отличителният звук като знак за качество на марката може да се илюстрира с такива световноизвестни примери като Coca-Cola, Marlboro, Adidas. Марката трябва да бъде лесна за четене и слушане. Историята на развитието на световните марки има пример за измислена, несъществуваща преди това дума, която е постигнала успех поради красивия отчетлив звук от две срички. “Kodak” – дума, създадена като марка, не означава нищо, но, според основателите на компанията, тя имитира звука на камерата. (How Kodak Got Its Name, Eastman Kodak, 2011)

Тук идва важният въпрос да се запази отчетливото звучене като качество на марката при превода на марката на друг език в случай на износ. Например автомобилната марка Lexus, създадена от японската компания Toyota, е подобна на английската дума luxury (лукс), отразява характера на автомобила. Когато този автомобил е рекламиран на китайския пазар, името му е променено на “Ling Zhi” („凌志“), което означава „високи стремежи“ на китайски. Така китайските потребители бързо възприемат тази китайска версия на името на японската кола. Сега, когато този автомобил е заел достойното си място на китайския пазар, произношението на името му е близко до оригиналното „雷克萨斯“ (“Lei Ke Sa Si”). (Ман Ш, 2019)

В историята на световната автомобилна индустрия има случаи, когато неуспешното звучене на името на модела или неуспешният превод на името на модела на автомобила е причина за провала на продажбите в страните, където тези автомобили са били изнесени. Така например имената на моделите на китайския автомобил “Haval H9” или малайзийския автомобил “Proton Perdana” не звучат благозвучно на руски език.

Анализирайки вербалните търговски марки, лингвистите идентифицират **основните им характеристики:**

- 1) мотивация (търговската марка изразява дейността на компанията, нейните особености, характеристиките на продукта или услугата);
- 2) реклама на стоки (основната цел е да се привлече съзнанието на индивида, да се привлече вниманието му, да се събуди интереса на получателя към предлагания продукт);

3) имена, които лесно се запомнят и възпроизвеждат в речта [А. А. Исакова. – Челябинск, 2012. – 46 с.].

Съответно, една от най-важните функции на марките на стоките и услугите е да разграничат продукта или услугата на фирмата от набор от подобни продукти и услуги. Нека обърнем внимание на факта, че изследователят А. В. Суперанская също казва, че в идеалния случай за успешното внедряване на конкретен продукт или услуга търговската марка трябва да бъде произволна и да има „фантазиен характер“ [Суперанская А. В. Товарные знаки, 192 с].

Въз основа на общите характеристики на прагматонимите, Малкова анализира по-специално имената на модни къщи. (Малькова, 2019)

1. Названията на модните къщи и съответно техните продукти (дрехи, обувки, аксесоари) са мотивирани, тъй като. отразяват вида дейност на тези фирми, техните основни характеристики и функции.

2. Имената на модните къщи и техните продукти (дрехи, обувки, аксесоари) изпълняват рекламна функция, тъй като апелират към съзнанието на човек, като по определен начин привличат вниманието му и предизвикват интерес към техните стоки, както и го насърчават да ги купи.

3. Имената на модните къщи и техните продукти се запомнят лесно и се възпроизвеждат в речта (едва ли някой ще отрече, че такива имена като Céline, Christian Louboutin, Marc Jacobs, Dolce & Gabbana, Fendi, Calvin Klein, Louis Vuitton, Christian Dior и много други, познати на повечето, лесно се запомнят и възпроизвеждат).

В тази връзка можем да заключим, че имената на модните къщи и стоките, които произвеждат, етимологично произлизат от имената на техните основатели, с право могат да бъдат причислени към класа на **прагматонимите**. В същото време трябва да се отбележи, че такива прагматоними (свързани с модата) имат някои отличителни черти. Съвременното графично представяне на такива прагматоними не изисква кавички: обувки Manolo, рокля Gucci, чанта Louis Vuitton, панталони Chanel, дънки Armani и др. (Малькова, 2019)

Същият автор разглежда заглавието на романа на Лорън Вайсбергер „Дяволът носи Прада“ (Weisberger L. The Devil Wears Prada). Както в оригинала, така и в превода, няма кавички, а името на модната къща също е изписано с главна буква. Прагматонимът в този контекст, разбира се, е собствено име, т.к съвпада с името на основателя на марката Марио

Прада, който отваря малък магазин през 1913 г., чийто основен продукт са елегантните пътни чанти. От тези позиции както липсата на кавички, така и наличието на главна буква са напълно оправдани. Но глаголът *нося*, (англ. *to wear*) може да има за допълнение само съществително нарицателно. Всеки човек, който има определени познания, лесно може да разбере, че заглавието на романа се отнася директно до дрехи от Prada. Съответно прагматонимът Prada е специална образувание, което, бидейки собствено име, „се държи“ в определен контекст като съществително нарицателно. (Малькова, 2019)

Друго потвърждение на тезата, че имената на модните къщи, като собствени имена, се „държат“ в някои контексти като съществителни нарицателни, е фактът, че в оригиналния роман на Л. Вайсбергер, освен самото име, могат да бъдат намерени комбинации от типа: *to pull off my Manolos, Gucci pants, bags and shoes... shouted Prada! Armani! Versace!* и др. От дадените примери се вижда следното. Този вид прагматоними – имена на модни къщи, превърнали се в търговска марка, същата може да се използва както като съществително в множествено число с притежателно местоимение (*my Manolos* – обувки), така и в атрибутивна функция (*Gucci pants* – панталони), и във функцията на допълнение (*bags and shoes... shouted Prada! ..* – чантите и обувките извикаха Прада! ..). Подобно „поведение“ е характерно преди всичко за нарицателните съществителни. Разбираме обаче, че тук имаме примери на собствени имена:

Маноло Бланик – испански дизайнер на обувки и основател на едноименната компания, известен в цял свят със своите оригинални модели и уникален дизайн;

Guccio Gucci – основател на италианската модна къща във Флоренция, бизнесмен и дизайнер, отворил малък магазин, произвеждал е кожени чанти;

Марио Прада – италиански дизайнер, основател на марката, отворил е малък магазин за елегантни пътни чанти;

Джорджо Армани – италиански моден дизайнер и основател на компанията, предприемач, един от най-богатите хора в Италия;

Louis Vuitton – френски дизайнер, основател на модна къща, специализирана в производството на куфари, чанти, модни дрехи и луксозни аксесоари под едноименната марка;

Джани Версаче е италиански моден дизайнер и основател на модна къща. (Малькова, 2019)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Като се вземат предвид горните примери, можем да кажем, че собствените имена придобиват характеристиките на съществителни нарицателни. Отбелязаните по-горе характеристики на **прагматонимите** – имената на модните къщи и техните продукти (дрехи, обувки и аксесоари) – показват, че прагматонимите са специален тип номинация и потвърждават идеята за тяхната гранична природа и че заемат специално място между съществителните собствени и съществителни нарицателни.

В ситуации, в които прагматонимите са обект на изследване, трябва да се вземат предвид различни мотиви, които се използват при създаването на вербални търговски марки, по-специално традиционни или прагматични. Важно е да се вземат предвид навиците, вкусовете и наклонностите на определени групи, за да се повиши нивото на търсене на продукта чрез създаване на подходяща търговска марка. Уместно би било да се отбележи, че търговските марки могат да възникнат в социални и прагматични ситуации на общуване и в тази връзка основен фактор за възникването им е духовната и материална култура на дадено общество. Освен това търговските марки отразяват и универсалните езикови характеристики на езиковата система. [Werkman, 1986 – 520 с]

Използвани източници

1. Бакърджиева, Г. 2017, Статус на прагматонимите в езиковата система, Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“ – България научни трудове, том 55, кн. 1, сб. а, 2017 – филология.
2. Исакова А. А. Прагмонимы современного русского языка как составляющая рекламного дискурса : лингво-когнитивная, семантическая, структурно-прагматическая характеристика : автореф. дис. ... д. филол. Наук / А. А. Исакова. – Челябинск, 2012. – 46 с.
3. Комолова З. П. Эмоциональность прагмонимов // актуальные проблемы лексикологии. Ч. 1: Терминология. Новосибирск, 1971. С. 65 – 67.
4. Крюкова, И.В. (2003) Типы ассоциативных реакций при восприятии коммерческих номенов // Методы современной коммуникации. – Вып 1. – С. 119 – 127.
5. Крюкова, И.В. (2004) Прагматоним: эволюция взглядов на словесные товарные знаки в отечественной ономастической науке // Научная мысль Кавказа. Приложение.. – № 2. – С. 121–125.

6. Малькова К.Д. Семиотика товарных знаков в экспертной практике, 2017.
7. Мань Ш. Номинации организации в современном русском и китайском языках / Ш. Мань // Диалог культур Евразии. – Челябинск: издательский центр ЮУрГУ, 2016. – С. 100 – 103. (0,6 п.л.).
8. Мань Ш. Особенности эргонимов в межкультурной коммуникации / Ш. Мань // Филологические знания на современном этапе. – Курган: Вестник курганского государственного университета, 2019. – № 1(52). – С. 94-96.
9. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – Москва: Наука, 1988. – 192 с.
10. Подольская, Н.В. 1988. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е издание, переработанное и дополненное. Москва: Наука.
11. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – М.: Наука, 1973. – с. 367.
12. Суперанская А. В. Товарные знаки / А. В. Суперанская, Т. А. Соболева. – Москва : Либроком, 2009. – 192 с.
13. Суперанская, А.В. Общая теория имени собственного / Отв. ред. д-р филол. наук А. А. Реформатский; Институт языкознания АН СССР. – М.: Наука, 1973. – 366 с.
14. Суперанская, А.В. Теория и методика ономастических исследований / А.В. Суперанская. – Москва: Наука, 1986. – 256 с.
15. Galkowski, A. (2014). La nature idiosyncrasique des chrématonymes. En Tort i Donada, J., Montagut i Montagut, M (autor.);Els noms en la vida quotidiana. Actes del XXIV Congrés Internacional d'ICOS sobre Ciències Onomàstiques. (150-158).
16. Werkman C. J. Trademarks: Their Creation, Psychology and Perception / Werkman C. J. –London: Longman, 1974.

ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНОСТ В ЧУЖДООЗИКОВОТО ОБУЧЕНИЕ – ЕЗИК, ИЗКУСТВО, ТВОРЧЕСТВО

доц. д-р Мария Нейкова
гл. ас. д-р Милка Хаджикотева,
ИЦ „Компютърна и приложна лингвистика“,
Нов български университет

Резюме. В нашето съвремие обучението по чужди езици обхваща различни предмети и дейности. Въз основа на проекти, разработени в сътрудничество с обучаеми и студенти, статията се занимава с въздействието на редица специфични характеристики, свързани с дейностно-ориентирания подход (Task-Based Learning) и обучението, основано на проекти (Project-Based Learning), т.е. интердисциплинарност, сътрудничество, мотивация, активна подготовка, автентичност и индивидуален подход. Специално внимание се обръща на проекти, свързани с изкуството, музиката и танците, като същевременно се развиват EFL умения.

Ключови думи: чуждоезиково обучение, английски като чужд език, проекти, дейностно-ориентиран подход, обучението, основано на проекти, изкуство, музика и танц.

INTERDISCIPLINARITY IN FOREIGN LANGUAGE EDUCATION: LANGUAGE, ART, CREATIVITY

Assoc. Prof. Mariya Neykova, PhD
Asst. Prof. Milka Hadjikoteva, PhD
Centre for Computational and Applied Linguistics,
New Bulgarian University

Abstract. Nowadays foreign language teaching and learning encompass a variety of subjects and activities. Based on projects developed in colla-

laboration with EFL learners and university students, the article focuses on the impact of a number of specific features associated with Task-Based Learning (TBL) and Project-Based Learning (PBL), i.e. interdisciplinarity, collaboration, motivation, active preparation, authenticity and individual approach. A special highlight is put on projects related to art, music and dance while developing EFL skills.

Keywords: foreign language teaching and learning, EFL, projects, TBL, PBL, art, music and dance.

Нарастващата интензивност на глобализационните процеси предполага уплътняване на професионалните контакти между партньори от различни култури и с различна езикова компетентност. Комуникацията – в учебен, личен или бизнес план, протича безпроблемно тогава, когато страните успяват да намерят общ език. А това включва не само идеите, но и изразните средства. Чуждоезиковата подготовка е резултат от въздействието на множество фактори, сред които се открояват мотивацията, целенасочеността, но и разположението във времето.

Усвояването на чужд език в съвременния образователен контекст често започва в началния етап на училищното образование и дори в предучилищна възраст, като продължава до завършване на средно образование. Обучаваните преминават през различни етапи от своето личностно развитие, което изисква специфичен подбор на методическите похвати и задания, в съответствие с възрастовите особености.

Полагането на основите на овладяване на чужд език и усвояването на стратегии за учене кореспондират с желанието и нагласите за плавно, но същевременно наситено и дейностно-ориентирано езикоусвояване. Дейностно-ориентираният подход в чуждоезиковото обучение се опира върху активността и творчеството. Неговата ефективност се проявява не само в повишената чуждоезикова компетентност, тя се изразява и чрез влиянието на афективните фактори за стимулирането на творческия потенциал. Подчертана е ролята на мотивацията, която „определя степента и качеството на развитието за възприемане на учебния материал“ (Мирчев 2018: 32). Дейностно-ориентираното обучение води и до задълбочено осмисляне на езиковия материал, като един от пътищата е ангажирането на възможно по-голям брой сетива посредством досега с изкуството в не-

говите разнообразни форми. Вграждането на творческа дейност в учебния процес – например от областта на изобразителното изкуство, може да се разглежда като образователна дейност, целяща да се открие „връзката между форма и съдържание“ (Мирчева 2014: 50) и да се обвърже „придобиването на знания [...] с общото духовно развитие“ (Шушулова-Павлова и Кръстева-Стойчевска 2007).

Проектната работа в чуждоезиковото обучение е широко прилагана и предпочитана от студенти и преподаватели. Тя черпи от положителните резултати при прилагането на следните градивни елементи:

- интердисциплинарен подход, който в определени ситуации играе ролята на „конкурентно предимство“ (Фед 2022: 20);
- колаборативно учене – напр. Хаджикотева (2016) предлага ефективни иновативни подходи, чрез които всеки учащ може да даде своя принос за постигането на общия резултат;
- повишаване на мотивацията – не само външна, но и вътрешна мотивация;
- активност при подготовката, изпълнението и представянето на проекта;
- постигане на автентичност на поставената задача чрез обвързването ѝ с автентична житейска ситуация;
- индивидуален подход, стимулиращ изявата на потенциала и предпочитанията на всеки от обучаваните.

Предложените по-долу примерни проектни дейности по своя характер са интердисциплинарни, с високо ниво на автентичност. При разработването им са взети под внимание възрастовите особености на обучаваните, техните предпочитания, нагласи и очаквания. Постига се баланс между колаборативността и индивидуализирането на задачите. Прилага се на практика идеята за учене чрез действие и се активират разнообразни канали за информация. Задачите имат широко приложение при обучаване от различни възрастови групи. Те интегрират чуждоезиково обучение 1) с изобразително изкуство; и 2) с музика и танц. Проектите са представени и приложени на практика в рамките на Двудневен тренинг, организиран от Учебен център „Ай енд Ай“ (Хаджикотева и Нейкова 2018).

ПРОЕКТ – ЧУЖДОЕЗИКОВО ОБУЧЕНИЕ И ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО

Взаимовръзката между понятие, дума и образ играе важна роля в обучението по чужд език. Докато при възрастните обучавани въображението в голяма степен може да компенсира оскъдното онагледяване, то в ученическа възраст наличието на богат илюстративен материал значително улеснява запаметяването и организирането на езиковия материал в групи. Пример за това са двуезичните картинни речници, които се ползват с голяма популярност сред децата. Тогава когато самите учащи изобразяват понятие или пресъздават случка в образ, се стимулират продуктивните езикови умения и като цяло се повишава усещането за постижение.

Първа задача – „Зоопарк“

Дейности

1. Обучаваните се разделят в групи от 5 – 6 ученика.
2. Всяка група избира зона от зоопарка, в която да разположи животни (бозайници, влечуги, риби, птици) от определен регион на планетата.
 - Първа група – животни от Африка
 - Втора група – животни от Южна Америка
 - Трета група – животни от Австралия
3. Учениците избират животните, които да настанят в тяхната част на зоопарка.
4. Всеки ученик решава кое от избраните животни да представи.
5. На голям кадастронен лист се изработва постер, като всяко дете рисува малка картинка със своето животно и клетката/аквариума/къщичката/дървото, където то живее в зоопарка.
6. На малко самозалепващо се листче всяко дете написва по модел кратко описание на своето животно – как изглежда, каква храна обича, дали е опасно и др. и го залепва на постера.

Помощни материали

лист кадастрон, цветни моливи, флумастери, самозалепващи се листчета, тиксо, мобилни/носими устройства

Модел за описание

..... (reptile/bird/...) lives in (place). It likes
..... (food). It is (very dangerous/nice/beautiful/...)

Сходни теми

В спортния център

На морския бряг

Анализ

Проектът „Зоопарк“ е основно насочен към ученици в основния или началния курс на обучение с изучаване на английски език. Ориентиран е към обогатяване на речниковия запас и употребата на тематична лексика в контекст. Постига се персонализация като се дава възможност на децата да изберат свое любимо животно, което да представят. В същото време се упражняват умения за работа в екип и постигане на съгласие с останалите членове на групата. Заданието може да завърши със състезателен елемент, като се гласува за най-красив постер, най-интересен постер и др.

Втора задача – „Изработване на Валентинка“

Дейности

1. Учениците решават какви да бъдат формата и цветът (червен, розов) на Валентинката.
2. Всеки ученик решава на кого би искал да подари своята Валентинка (член на семейството, приятел, приятелка), според което се разделят на групи.
3. В съответната група подготвят подходящия текст, като могат да ползват онлайн ресурси под ръководството на учителя.
4. По желание учениците могат да прочетат своите картички или да направят изложба на дъската.
5. Учениците могат да подарят картичките си на своите родители, братя, сестри, приятели, учители и др.

Помощни материали

цветна хартия, цветни моливи, флумастери, мобилни/носими устройства

Сходни теми

Ден на майката – рисунки, картички

Ден на бащата – рисунки, картички

Анализ

Проектът „Изработване на Валентинка“ също е основно насочен към ученици в основния или началния курс на обучение. Той допринася за развиване на комуникативната компетентност на английски език. Заданието се персонализира с избора на вида Валентинка и нейния получател, а учениците имат възможност да дадат израз на своите чувства. Работата в екип е застъпена в рамките на обсъждането на изразните средства, в подбора на материалите и оформянето на картичката. С оглед характера на заданието е възможно някои обучавани да се въздържат да прочетат своята Валентинка пред всички.

ПРОЕКТ – ЧУЖДОЕЗИКОВО ОБУЧЕНИЕ С МУЗИКА И ТАНЦ

По време на семинара „Зимните празници по света“, проведен със студенти от БП „Приложни чужди езици за администрация и управление (на английски и втори чужд език)“, бяха планирани и осъществени следните дейности:

1. Студентите индивидуално избират темите, по които подготвят презентации и ги обсъждат с преподавателите си;
2. Студентите подготвят визуални материали и информация, която анализират, групират и логически подреждат в изложенията си;
3. Студентите синхронизират подготвената информация с визуалните материали и репетират устното представяне на презентацията;
4. По време на семинара студентите представят презентациите си и отговарят на въпроси, зададени от състудентите си.

В рамките на проведения семинар студентите представиха на английски език презентации за зимни празници, чествани в България, Гърция, Иран, Камерун и Нигерия. В синхрон с гореизложените дейности, пряко свързани с развиване на уменията за четене с разбиране, анализ, синтез, резюмиране, слушане с разбиране и говорене на английски език, музиката и танца се вплетоха в межкултурното общуване на студентите

в една по-неформална, но все така академична среда. С изпълненията на коледни песни на английски, български, испански, немски, руски и френски, както и на песни, традиционни за Иран, Камерун и Нигерия, студентите откриха жизнерадостно настроение в така различните музикални мотиви и с нескрито удоволствие се включваха в изпълнението на припевите, които колегите им търпеливо разясняваха и разучаваха заедно. Така се потвърди идеята, че националните специфики не само не разделят, а напротив – обогатяват кръгозора на съвременните млади хора. Студентите от Камерун, Иран и Нигерия показаха характерни за страните си танци, които и останалите студенти започнаха да разучават, а под вещото ръководство на гл. ас. д-р Маргарита Кръстева студентите направиха и първи стъпки в гръцкото сиртаки и в българското тракийско и самоковско хоро.

В заключение, проектната работа в чуждоезиковото обучение е изключително важна. Благодарение на нея се развива интердисциплинарност, колаборативност, мотивация, активна подготовка за проява в автентична ситуация и индивидуален подход. Езиците на изобразителното изкуство, музиката и танца свързват хората по света, а английският език в ролята си на *lingua franca* прави общуването между различните националности лесно и ефективно.



Използвани източници

1. Мирчев (2018). Мирчев, М. Скулптура. София: ИК Гутенберг.
2. Мирчева (2014). Мирчева, Р. Методически аспекти на обучението по рисуване и живопис във висшите учебни заведения по изобразително изкуство. София: ИК „Гутенберг“.
3. Фед (2022). Фед, Т. 10 години магистърска програма „Бизнес комуникации“ РО и ДО в НБУ. В: Бизнес комуникации, език, литература и култура. Сборник от юбилейна научно-практическа конференция с международно участие. София: Издателство на Нов български университет.
4. Хаджикотева (2016). Hadjikoteva, M. Short Talks in Class. BETA E-Newsletter. Issue 21, Year V, January – February 2016. Accessed 2022. Available at https://www.beta-iatefl.org/wp-content/uploads/2016/03/BETA-E-Newsletter-Jan_Feb_2016.pdf
5. Хаджикотева и Нейкова (2018). Хаджикотева, М. и Нейкова, М. Active Learning: Project Work in the 21st Century. В: Двудневен тренинг за преподавателите към Учебен център „Ай енд Ай“ Making a difference together! Да променим нещата заедно! 28.09.2018 – 29.09.2018.
6. Шушулова-Павлова и Кръстева-Стойчевска (2007). Шушулова-Павлова, М. и Кръстева-Стойчевска, М. Нов български университет в контекста на общоевропейското образователно пространство. Ролята на изкуствата в приобщаването на българското образование към културните проекти на Европа. В: Годишник на Югозападен университет „Неофит Рилски“, Благоевград, 7-8.05.2007, Том V, „Европа като културно пространство“, Сборник с доклади от Международна научна конференция „Европа като културно пространство“.
7. Зимните празници по света (2018). Available at <https://news.nbu.bg/bg/news/winter-holidays-around-the-world-zimnite-praznici-po-sveta!31903>

Приложение 1. Постер „Зоопарк“



Приложение 2. Валентинки



МУЗИКА И ТАНЦ

ФРЕНСКИ МОДЕРНИЗЪМ И ВЪЗПРИЕМАНЕТО НА ФРЕНСКАТА МУЗИКА ВЪВ ВИЕНА И БЕРЛИН В НАЧАЛОТО НА 20 ВЕК

*Четвърти международен симпозиум по музикология
(4-6 юли 2022) към ежегодния Международен музикален
фестивал във Варна (член на Европейската асоциация на
фестивалите)*

*проф. Явор Конов, д.н.
Департамент „Музика“,
Нов български университет*

Резюме. В доклада се представя научният симпозиум „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, проведен в периода 4-6 юли 2022 в рамките на ежегодния Международен музикален фестивал „Варненско лято“, град Варна, Република България. Упоменават се докладите и техните автори, както и съпътстващите симпозиума концерти. Авторът прави разностранни паралели между онази епоха и днешната.

Ключови думи: Музикален фестивал, Варненско лято, симпозиум, френски модернизъм.

FRENCH MODERNISM AND THE RECEPTION OF FRENCH MUSIC IN VIENNA AND BERLIN AT THE BEGINNING OF 20TH CENTURY

*Fourth International Symposium on Musicology (July 4-6, 2022)
to the annual International Music Festival in Varna
(member of the European Association of Festivals)*

Yavor Konov, PhD, ScD, professor,
Department of Music, New Bulgarian University

Abstract. The paper presents the scientific symposium “French modernism and the perception of French music in Vienna and Berlin at the beginning of the 20th century“, held in the period 4-6 July, 2022, within the framework of the annual International Music Festival “Varna Summer“, city of Varna, Republic of Bulgaria. The papers and their authors are mentioned as well as the concerts accompanying the symposium. The author makes various parallels between that era and today.

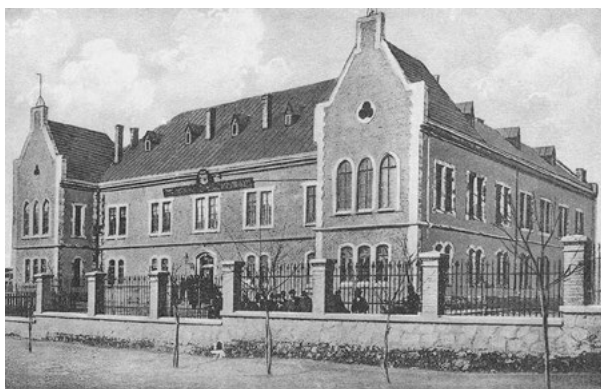
Keywords: Music festival, Varna summer, symposium, French modernism.

Припомням, че най-старият музикален фестивал в България е именно „Варненско лято“ [Варненско лято], основан в 1926. От 3 години негов Артистичен директор е известният виртуоз цигулар, пловдивчанинът (роденият и учил в Пловдив – но от десетилетия и виенчанин) и почетен професор на Нов български университет в София (значи и софиянец, но и варненец чрез Фестивала) д-р Марио Хосен – един световен човек [Хосен; Хосен сайт]. Именно Марио Хосен преди 4 години създава този Симпозиум към Фестивала.

Организатори на фестивала през 2022 г. са Община Варна и Министерството на културата на Република България.

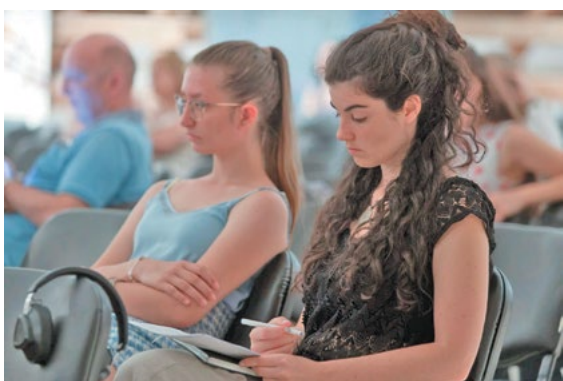
Отбелязвам ефектния дизайн на Фестивала и Симпозиума, изразен в рекламни и информативни материали (постери, афиши, програми...): надписи и знаци в наситено жълто и бяло на лилаво, с премислени шрифтове и игри с буквите-знаци, безспорно разпознаваеми и привлекателни.

Бях поканен (както и проф. д-р Людмил Петков, пиано, АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив) от проф. д-р Марио Хосен да присъствам на 3-дневния симпозиум, в хода на който имаше и музикални изпълнения, а всяка вечер – и тематичен концерт. Все в тъй артистичната зала в подпокривното пространство на Варненската градска художествена галерия „Борис Георгиев“ (красивата ѝ сграда е построена в 1886 за Мъжка гимназия) [Градска художествена галерия „Борис Георгиев“, Варна].



Разгледах с интерес и размисъл експозицията на галерията, купих си – и подарих и на приятели – „магнитче за хладилник“ с тъй хубавото момченце („Малкият Понтиджа“), нарисувано в 1948 от Борис Георгиев (1888-1962) [Георгиев, „Малкият Понтиджа“].

Симпозиума изслушахме лекциите на световни познавачи на материята – музиколози професори доктори от Виена, Лайпциг, Париж, София. Водещ модератор – и докладчик – бе проф. Хартмут Кронес от Виенския университет. От българска страна с доклад – и с основна роля също на модератор, както и на преводач (от български на английски и от английски на български) бе известната радиожурналистка г-жа Лили Го-



леминова. Внучка на Марин Големинов, така че знае неща и „от кухнята“, в прекия и преносен смисъл на израза.

Лили Големинова представи доклад, свързан с френските възпитаници големите български композитори Любомир Пипков и Марин Големинов [Големинова 2022]. (При моите срещи с голямата Надя Буланже в Париж през 1978 г-ца Буланже си спомняше с много висока оценка и топло чувство за Любомир Пипков – жив свидетел съм, както се казва.)

Коментирахме, разговаряхме – в официалната част на симпозиума, както и кулоарно и вечерно. Припомних си процеси, научих множество нови детайли и осмисляния, според съответните гледни точки от докладите в симпозиума на тези най-големи световни специалисти по тази тяхна си култура – докато за нас тя винаги е била и си остава малко или повече външна. С други думи, ние сме я изучавали и възприемали – и в момента я изучаваме и възприемаме – малко или повече неизбежно отвън, извън нея. Макар че времето – и те, централно-и-западноевропейците, също вече са извън, в една или друга степен.

Като (и) франкофон, интересуващ се и от взаимосвързаните обща история, икономика, култури, изкуства – и вече в техен контекст история и теория на музиката (преподавам и този кръг дисциплини), си позволих да поговоря пред колегите в обсъжданията след първия симпозиумен полуден, за сходствата в епохата тогава (Belle époque, в края на 19. и началото на 20. век – до Първата световна война) и днешната наша.

И тогава, и сега – „бум“ на информация, достъпност до информация. Тогава, чрез Всемирните изложения (в Париж например), когато и къ-

дето можело вече да гледаш и изучаваш в продължение на месеци най-различни култури, технологии и изкуства (например Гамеланските оркестри) от най-различни части на света, без вече да се налага да ходиш до там, за да ги видиш и чуеш.

Съответно и пораждането и/или засилването на интереса в Европа на хората на културата и изкуствата към другото, далечното – вече близко до тях, като става и част от „тяхното“. Оттам и меланжът в мисленето и артистичните изяви и в музика, и в изобразително изкуство, и изобщо в мисленето и поведението. В нашата епоха това става с Интернет (разбира се и с телевизиите; и с видеокасетите и филмите преди това...).

Друг паралел правя в тъжната илюзия, за голямата част от хората, че повече не може да има война. Тогава – след френско-пруската война от 1870-71, след цялата кървава и жестока европейска и световна история. При небивалия научен, технологичен напредък и отраженията му и в бита (условия на живот, транспорт, медицина, фармакология, всякакви други индустрии и услуги и пр.) хората са си мислели, че повече просто няма как да има войни, след като човечеството е тъй напреднало.

А и има вече толкова тъжния си и унищожителен, страшен опит! Обаче именно като край на Хубавата епоха (*la Belle Époque*) идват взаимосвързаните Първа и Втора световна войни с едно привидно примирие (а всъщност най-жестока икономическа война) между откровено военните им действия. (Войните, които Шарл дьо Гол определя като 30-годишната война на 20. век: 1914-1945, в паралел с 1618-1648.) В наши дни така мнозина бяха изненадани с войната в Украйна.

Подчертах и експонирането на съответните „мрежи“ в общества-та и културата, и в частност в музиката, в Европа и света – тогава и сега. Например голямата икономическа роля и културален принос на еврейството, описани тъй добре – и в частност за Виена – в автобиографичната късна книга на Стефан Цвайг „Светът от вчера“ (1942) – с неслучайното ѝ подзаглавие „Спомени на един европеец“ (преведена и издавана е на български нееднократно, бих препоръчал прочита ѝ) [Цвайг, Драгнева, 1945; Цвайг, Лилова, 2018; Цвайг, Хараланова, 2018].

Както и вечната огромна значимост и често решаваща и в изкуствата роля на междуличностните релации – симпатии и антагонизми.

А по отношение на националното охарактеризиране на едно или друго явление, подчертах и аз до голяма степен условността на определянията като „френско“, „немско“ и пр., при неизбежната, сложна и многоп-

ластова взаимосвързаност на „принадлежности“ и „идентичности“ (езикови, културални, обществени, национални, международни – и лични, преди и заедно с това...).

(Тук е мястото да спомена проф. д.н. Богдан Богданов, светла му памет! – създателя и на Нов български университет (както знаем). Проф. Богданов (1940-2016) през 2011 ме покани да премина на работа в НБУ. Не бяхме близки по никаква линия, освен по някои познания, по любознателност и по несдържаност да влезем в спор – но без да спорим, сме водили редица интересни, богати, многостранни, многопосочни и многопластови разговори. Проф. Богданов беше много негативно настроен към въпроса за „идентичността“ – смяташе, че сложният, в този смисъл и множествено информираният човек е невъзможно да бъде еднозначно идентифициран – опитвам се да обобщя. Но да се върна към темата на доклада си.)

Припомних как след премиерата на симфонията „Из Новия свят“ на Дворжак, критикът James Gibbons Huneker (1857-1921, писател, специалист по американско изкуство, книги, музика и театър – който всъщност дал на Дворжак статията с негърските мелодии, завършил право и започнал работа като юрист, но разбрал, че не това е попрището му, защото мечтата му била да стане едновременно концертиращ пианист и романист, специализирал тези изкуства в Париж).

Джейм Ханикър обобщил, че симфонията на Дворжак (първата американска симфония) е безспорно американска, с теми, написани по американски африкански в корените си мелодии от композитор чех, дирижирана от унгарец (вагнерианец, Anton Seidl, 1850-1898) и изпълнена от немци в зала, построено от шотландец („Карнеги хол“ в Манхатън, Ню Йорк)...

След като поясних на чуждестранните колеги и на публиката на симпозиума, че, и като франкофон, съм се занимавал и с преводи на френски текстови опуси – ръкописи и отпечатани издания – за музиката от десетилетията около границата на 17. и 18. век [Сен Ламбер, Конов, Принципите на клавесина, 1998; Сен Ламбер, Конов, Нов трактат..., 1998; Конов, Първият трактат, 1998; Бросар, Конов, Речник, 2010] – припомних за тогавашните спорове (днес за мен излишни, особено като степен на ожесточеност в някои случаи) за италианското и френското начала – взаимовлияния в музиката (че и в „немската“ от онази епоха), които се преплитат по такъв обогатяващ начин.

Подобно на френското и немското влияния (в немското слагаме и австрийското немскоезично) в епохата, на която е посветен симпозиумът.

Във Варна има много приятна, сърдечна, интересуваща се публика за концертите – пълни зали! Но и немалко интересуващи се посетители в публиката на Симпозиума, с редица от които лично аз водих интересни разговори между докладите и след научните срещи. И българи, и чужденци.

Присъствах не само най-дисциплинирано, но и с голям интерес и удоволствие на всичките симпозиумни срещи и концерти открай-докрай, така че ето пълните им действително състояли се програми (в концертите имаше някои корекции на изпълнители спрямо предварително обявените):

СИМПОЗИУМЪТ

Понеделник, 4 юли 2022:

1. Проф. д-р Луси Каяс (Париж): „Френската музика от периода на края на 19-и – началото на 20-и век и музикалният колониализъм/екзотизъм“ [Каяс 2022a]

2. Проф. д-р Щефан Кайм (Лайпциг): „Само повърхностно или с визия за бъдещето? За рецепцията на френската музика в Германия около 1900 г. на фона на историята на немско-френския трансфер в музикалната култура“ [Кайм 2022]

3. Проф. д-р Хармут Кронес (Виена): „Френската музика в „Дружеството за частни музикални представления“ на Шьонберг“ [Кронес 2022]

Вторник 5 юли:

1. Проф. д-р Луси Каяс: „Дебюси и Първата световна война“ [Каяс 2022]

2. Проф. д-р Кристиян Гланц (Виена): „Le grand jeu dans les rues. Френската музика на Ханс Айслер“ [Гланц 2022]

Изпълнение на Соната за цигулка и пиано № 1 оп. 7 от Любомир Пипков (1929, бел. Я.К.): Тересе Плеткуте – цигулка и Анжела Тодорова – пиано

3. Лилия Големинова: „Френското влияние при Любомир Пипков и Марин Големинов“ [Големинова 2022]

Изпълнение на Марин Големинов: „Младежки албум“ за пиано („Песен“, „Хорце“, „Гайдар“, „Край огнището“, „Дребосъче“, „Роден кът“,

„Хрумване“, „Една сълза“, „Хумореска“) – в изпълнение на Анжела Тодорова

Сряда 6 юли:

1. Проф. д-р Иванка Стоянова (Париж): Симфонизация на балета в началото на 20-ия век: Клод Дебюси – „Мъченичеството на Св. Себастиан“, Игор Стравински – „Пролетно тайнство“ и Морис Равел – „Валсът“ [Стоянова 2022]

2. Проф. д-р Манфред Пермозер (Виена): „„Страданията на Орфей“ – за преосмислянето на мита за Орфей като “chose humaine“ („общочовешкото“) при Мийо и Кренек“ [Пермозер 2022]

3. Проф. д-р Хартмут Кронес: „„Виенска“ музика при Морис Равел и Равеловата музика във Виена“ [Кронес, Хартмут]

КОНЦЕРТИТЕ

Понеделник 4 юли:

Клод Дебюси: „Сиринкс“ за соло флейта, изпълнение на Марио Карбота

Морис Равел: „Валс“, за две пиана, изпълнение на Милена Моллова и Милена Радинска (майка и дъщеря, какво щастие!)

Клод Дебюси: „Соната за цигулка и пиано“ в сол минор, изпълнение на Марио Хосен и Анжела Тодорова

Морис Равел: „Клавирно трио“ в ла минор, изпълнение на Оливие Шарлие (цигулка), Фредерик Одибер (виолончело) и Емануела Пиемонти (пиано)

Вторник 5 юли:

Жермен Тайфер: „Клавирно трио“, в изпълнение на Долорес Мария Гайтан (пиано), Кристина Хинова (цигулка) и Сандро Лафранкини (виолончело)

Клод Дебюси: „Три песни на Билитис“, в изпълнение на Грациела Вълчева Фиеро (мецосопран) и Виктория Василенко (пиано)

Антон Веберн: „Четири пиеси за цигулка и пиано“, в изпълнение на Оливие Шарлие (цигулка) и Марчело Мацони (пиано)

Габриел Форте: „Клавирен квартет“ № 1 в до минор, в изпълнение на Оливие Шарлие, Марта Потулска (виола), Фредерик Одибер (виолончело) и Марчело Мацони (пиано)

Сряда 6 юли:

Арнолд Шьонберг: „Нощ на просветление“ (фуга), аранжимент Райнер Бишов, в изпълнение на Марио Хосен, Мария Долорес Гайтан и Фредерик Одибер

Франсис Пуленк: „Соната за флейта и пиано“, в изпълнение на Марио Карбота и Милена Моллова

Пол Дюка: „Вариации, интерлюдия и финал по тема от Рамо“, в изпълнение на Виктория Василенко

Клод Дебюси: „Соната за виолончело и пиано“, в изпълнение на Антон Никулеску (виолончело) и Емануела Пиемонти; „Лунна светлина“, за 2 пиана, в изпълнение на Милена Моллова и Милена Радинска

Цезар Франк: „Клавирен квинтет“, в изпълнение на Марио Хосен, Жаклин Прейс (цигулка), Марта Потулска, Сандро Лафранкини (виолончело) и Надежда Цанова (пиано).

Прекрасно – т.е. на високо ниво – бе и това, че всички доклади бяха предоставени на публиката като разпечатки в превод на български език, някои и в оригинал (този на проф. д.н. Иванка Стоянова, на френски и на български). Поздравления отново за организаторите!

Искам да подравя както докладчиците, така и всички изпълнители – много силни и хубави и концертите бяха. Имам своите кулминационни в тях (като мои преценка и преживяване), но ги оставям за себе си. Всички бяха супер! И българи, и чужденци – може и в обратния ред: и чужденци, и българи – и българи-чужденци, така да се каже, всред тях... Глобализация!

Сумарният и допълващ хубав ефект върху мен от този симпозиум с концерти е, че се запалих отново по тази епоха и музика – и ето вече толкова дни слушам и си припомням, и преживявам и оценявам и отново, вече слушани – че и по няколко пъти през живота ми – творби, и прослушвам и непознати ми до момента. И си препрочетох и докладите, вече в домашно-работна среда, и вниквах в нови подробности, ситуации, същности, и си направих паралели и с нашето собствено време и наблюдавани от мен практики – и май те в повечето случаи не са в полза на нашето време.

Например по отношение на търсено, отстоявано, постигано качество на интерпретации, не на последно място и въз основа на голям брой репетиции. Принципно казано.

И колко много нови композиторски имена научавам, които са били интересни тогава, че и днес са. И отново и отново разбираш, колко къс е животът и как невъзможно е да видиш, чуеш, прочетеш всичко ценно, хубаво, интересно...

Проф. Явор Конов, д-р, д.н., 10 юли 2022
Снимки от концертите: Явор Конов



Използвани източници

1. Бросар, Себастиан дьо: Речник по музика, 2/1705, превод и коментари Явор Конов, София, Ниба Консулт, 2010.
2. Георгиев, Борис: „Малкият Понтиджа“, рисунка, <https://artsandculture.google.com/asset/young-pontiggia-boris-georgiev-di-varna/zwHMrsX4mAjFQ?hl=bg>
3. Гланц, Кристиян: “Le grand jeu dans les rues. Френската музика на Ханс Айслер“, доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 5 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
4. Големинова, Лили: „Френското влияние при Любомир Пипков и Марин Големинов“, доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 5 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
5. Градска художествена галерия „Борис Георгиев“, Варна, официален сайт, <http://varnacityartgallery.com/>
6. Кайм, Шефан: „Само повърхностно или с визия за бъдещето? За рецепцията на френската музика в Германия около 1900 г. на фона на историята на немско-френския трансфер в музикалната култура“ доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 4 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
7. Каяс, Луси: „Дебюси и Първата световна война“ доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 5 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
8. Каяс, Луси: „Френската музика от периода на края на 19-и – началото на 20-и век и музикалният колониализъм/екзотизъм“, доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 4 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
9. Конов, Явор: „Първият трактат по клавесин – Принципите на клавесина, дьо Сен Ламбер, Париж, 1702“, София, Музикално общество Васил Стефанов, София, 1998.

10. Кронес, Хармут: „Френската музика в „Дружеството за частни музикални представления“ на Шьонберг“, доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 4 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
11. Кронес, Хармут: „„Виенска“ музика при Морис Равел и Равеловата музика във Виена“, доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 5 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
12. Марио Хосен, официален сайт, <https://www.mariohossen.com/>
13. Марио Хосен, статия за него в българската Уикипедия, https://bg.wikipedia.org/wiki/Марио_Хосен
14. Международен музикален фестивал „Варненско лято“, официален сайт, <https://varnasummerfest.org/>
15. Пермозер, Манфред: „„Страданията на Орфей“ – за преосмислянето на мита за Орфей като “chose humaine“ („общочовешкото“) при Мийо и Кренек“, доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 5 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
16. Сен Ламбер, М.: Нов трактат за акомпанимента на клавесин, на орган и на други инструменти, Париж, 1707, превод и коментари Явор Конов, София, Музикално общество Васил Стефанов, 1998.
17. Сен Ламбер, М.: Принципите на клавесина, Париж, 1702, превод и коментари Явор Конов, София, Музикално общество Васил Стефанов, 1998.
18. Стоянова, Иванка: Симфонизация на балета в началото на 20-ия век: Клод Дебюси – „Мъченичеството на Св. Себастиан“, Игор Стравински – „Пролетно тайнство“ и Морис Равел – „Валсът“ доклад изнесен на Симпозиума „Френски модернизъм и възприемането на френската музика във Виена и Берлин в началото на 20. век“, 5 юли 2022, предоставени разпечатки на публиката, Международен музикален фестивал „Варненско лято“ 2022, Варна, личен архив Я. Конов.
19. Цвайг, Стефан: „Светът от вчера“, превод Анна Лилова, София, Колибри, 2018.
20. Цвайг, Стефан: „Светът от вчера“, превод Даря Хараланова, София, Аквариус, 2018.
21. Цвайг, Стефан: „Светът от вчера“, превод Живка Драгнева, София, Златни зърна, 1945.

ОСНОВНИ ПРАВИЛА ПРИ ПРОУЧВАНЕТО И ЗАПИСВАНЕТО НА БЪЛГАРСКИ ТАНЦОВ ФОЛКЛОР НА ТЕРЕН

гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска
Департамент „Музика”,
Нов български университет

Резюме. Българският танц е част от богатата съкровищница на нашата фолклористика. Още първите изследователи на фолклора ни заявяват, че той е синкретичен, което ще рече, че музика, танц, обред, костюм битуват заедно и неразделно. С възникването на първите самодейни и професионални състави в страната ни, след средата на XX век, значително се променя отношението към нашия фолклор, като все повече той се представя като изкуство. Всичко това води до значителни промени в неговото битуване, съхранение и предаване. За да бъде съхранен той за бъдещите поколения и за да се изгради една вярна негова характеристика е необходимо да се познаят правилата за неговото записване и проучване на терен. Важно е да се обърне внимание на всеки един отделен детайл, движение, стъпка, за да можем да запазим стила и характера на нашия традиционен танц.

Ключови думи: български танц, теренна фолклористика, кинематография, български фолклор.

BASIC RULES FOR RESEARCHING AND RECORDING BULGARIAN DANCE FOLKLORE IN THE FIELD

Asst. Prof. Margarita Krasteva-Stoychevska, PhD
Department of Music, New Bulgarian University

Abstract. The Bulgarian dance is part of the rich treasury of our folklore. The first researchers of folklore claim that it is syncretic, i.e. music, dance,

ritual, costume live together and inseparably. With the emergence of the first amateur and professional ensembles in our country, after the middle of the 20th century, the attitude towards our folklore changed significantly, and it is increasingly presented as art. It all leads to significant changes in its existence, preservation and transmission. In order to preserve it for the future generations and build a correct description of it, it is necessary to know the rules for its recording and field research. It is important to pay attention to every single detail, movement, step, so that we can preserve the style and character of our traditional dance.

Keywords: Bulgarian dance, field folklore studies, cinematography, Bulgarian folklore.

Теренната фолклористика е част от работата на фолклористите, хореографи, музиковеци и изпълнители. Тя ни дава възможност за непосредствен контакт с извора на българския фолклор, както и получаването на достоверна информация за обичаи, песни, мелодии и танци.

Именно поради сериозността на провежданото изследване студентите трябва да спазват определени правила и да се съобразяват с основните принципи при извършване на теренното проучване.

Сериозността на теренните проучвания се обуславя и от факта, че напоследък повечето от хореографите избягват от спецификата на фолклорните области, като се забелязва смесване на стиловете, пренасяне на характерните особености на танца от една област на друга. По този начин се размива представата на зрителите относно стила и характера на българските танци.

Ето защо смятам, че студенти и преподаватели трябва да се съсредоточат именно върху теренните проучвания, правилното съхранение и използване на събраните материали.

За развитие на теренната фолклористика в България можем да говорим сравнително късно. Първите записи за нашия фолклор са направени към средата на 19-ти век и те са изработени непосредствено на терен. Най-често изследователите са неделима част от средата, която описват. Едни от първите имена работили в тази област са Братя Миладинови, В. Григорович, Ю. Венелин, В. Карджич, Славейков, В. Априлов, Г. С. Раковски и др.

Развитието на теренната фолклористика в България преминава

през няколко основни етапа.

Като основоположник на научната дисциплина теренна фолклористика може да се посочи Ю. Венелин, който е първият изследовател, описал основните правила при работа на терен. „Трябва да бъдат проучени по тоя начин: 1. Народни песни. 2. Разните носии, предимно женските, с техните названия. 3. Разните обреди, съчетани с годишните празници. 4. Разните обреди в различните възрасти от човешкия живот, например раждане, кръщение, бракосъчетание, описание на сватби с техните вярвания, описание на погребение с неговите вярвания и обреди, описание на задушница. 5. Разни вярвания и суеверия, т.е. вярата във вампири и вещици, в магьосници, в необикновената сила на някои растения или камъни и талисмани”¹.

На следващ етап можем да поставим теорията на Г. С. Раковски, която той излага в своя „Показалец” с още по-подробни рубрики, които трябва да съдържа едно проучване: 1. Семейна обредност. 2. Изобщо за домашния селски живот. 3. Календарна обредност. 4. Имената. 5. Класификация на песните.

Иван Шишманов е следващият български учен с разгърнатата програма за събиране на български фолклор. В студията си „Значението и задачата на нашата етнография” той анализира работата на своите предшественици, като очертава слабостите и пропуските на техните програми, но освен това дава и насоки за преодоляването на тези липси. Той се спира на няколко основни теми: 1. Записване на песни. 2. Записване на обредната система. 3. Баяния. 4. Народна музика. 5. Детски фолклор.

Като първо по рода си научно фолклорно теренно проучване се определя експедицията на М. Арнаудов в Еленско. Както и проф. Пламен Бочков отбелязва „изключително важни за нашата фолклористика са бележките на Арнаудов по изпълнителския процес, по проблемите на запаметяването и възпроизвеждането на песенните текстове върху наблюденията на баба Драгостница”. Така също и по ситуациите на пеене, предаване на фолклорните знания от поколение на поколение, оценъчната функция на пеенето и т.н.”².

¹ Венелин, Ю. Писмо до В. Априлов. – В: Българска фолклористика. Христоматия. Съст. Г. Данчев и А. Калоянов, В. Търново, 1975, стр. 12.

² Бочков, Пл. Увод във фолклорната култура, Пловдивско университетско издателство, 2002, стр. 242-243.

За доизграждането на основите на теренната фолклористика се счита и експедицията на Васил Стоин в началото на 20-те години на XX век.

С нарастващия интерес към събирането на образци на музикалния и песенния български фолклор се пробужда и интереса към записването на фолклорни танци.

„В стремежа към създаване на национална художествена култура отношението на българина към танцовия фолклор се проявява в две основни линии: едната се стреми да изтъкне значимостта на народния танц практически, чрез вътвяването му в живота на хората по нов начин, най-често чрез сцената, а другата – чрез изучаване и разкриване на богатството на танцовия фолклор по научен път.”³

Едни от първите изследователи на традиционни танцов фолклор са Райна Кацарова, Борис Цонев, Ангел Друмев и др.

„Говорим ли за теренна фолклористика, естествено е да мислим за подходи и методики, чрез които да се опише битието на различни системи на фолклорната култура”⁴. В статията си проф. Тодор Ив. Живков препоръчва фолклорът да бъде изследван от две гледни точки – „като непосредствена изява на културната автентичност на една или друга общност, и като художествена система”⁵.

Основните принципи на теренната фолклористика са следните:

1. Отразява фолклорните явления като реалност.
2. Явленията, които се изследват се представят с техните конкретни пространствени и времеви измерения.
3. Тя е съхранител на информацията получена за неповторими събития.

Ако се опитаме да направим един речник по проблемите на теренната фолклористика, то основните понятия в него ще са:

Терен – „конкретна културна среда, в която изследователят записва културни текстове, или само наблюдава, или е дори участник в събити-

³ Илиева, А. Теория и анализ на фолклорния танц. Принципи на формообразуването в българския танцов фолклор, С., 2007, стр. 16-17.

⁴ Живков, Т. Ив. За теренната фолклористика и нейното развитие – В: Регионални проучвания на българския фолклор От Тимок до Искър, БАН, 1989, стр. 17.

⁵ Живков, Т. Ив., пак там.

ето (ако на терена протича някакво събитие”⁶.

Информатор – лице, което се интервюира с цел да се постигнат поставените задачи пред изследвателя.

Всяко едно теренно проучване трябва да започне с предварителна подготовка от страна на изследващите. Необходимо е добре да се опознае селището, което ще се изследва. Географски особености, население, климат, поминък. Това са все факти, които на пръв поглед ни изглеждат далеч от предмета на фолклорно изследване, но те ни дават изключително ценен материал, който в по-голямата си степен може да ни послужи при изграждането на пълния и най-вече точен фолклорен образ на селището. В моята практика при организирането на подобни експедиции винаги започваме процеса с един семинар. Неговата задача е да запознае студентите с обекта на предстоящото изследване. Запознаваме се с историята на селището, географските и климатични особености, представяме характеристика на населението и какви миграционни процеси са протичали в миналото, какъв е характерният поминък за региона, интересни забележителности и архитектурни паметници. Много важна част е запознаването с въпросниците за конкретното изследване.

Най-добрият начин за проучване на фолклора е това да става от екип, в който да се включат представители от различните раздели – фолклорист, музикант, танцьор. Това ще позволи пълното и точно записване.

Съвременната техника за записване ни дава изключителни възможности за запис и съхранение на материал, но въпреки това наличието на специалисти в отделните области ще улесни работата по архивирането след това и по коректното записване и запазване на получената информация.

Има определена специфика при записването на обреди, музика, песни и танци. Затова аз ще се спра основно на принципа на записване на танцов фолклор.

По въпросите за записването на танцовия фолклор съществуват не малко статии и книги. Но всички са на едно и също мнение, че това не трябва да става безразборно и случайно.

„Описанието на народните хора съставят особен отдел от фолклора, който изисква особена вещина в схващането на ритмичните движения (понякога извънредно сложни) и тънка описателна дарба, която да копира

⁶ Бочков, Пл. Увод във фолклорната култура, Пловдивско университетско издателство, 2002, стр. 239.

чрез словото действителността с най-малки подробности и изменения.”⁷ И нещо изключително важно, което учените отбелязват още в зората на теренните проучвания, че „Хореографът трябва да бъде музикант, да бъде сам, колкото е възможно, добър танцувач.”

Проф. Анна Илиева пише ”Фактически предмета на хореологията възниква в практическата нужда, като теоретичен подход към танца и се развива около два централни проблема, известни в хореоложката литература като:

- анализ, който е насочен към задълбочаване във вътрешните закономерности на изграждането на народния танц и т.н.;
- класификация, която произлиза от стремежа да се изясни цялостността на фолклорното танцово явление, както и да се подреди и обхване цялото многообразие, което представлява танцови фолклор на дадена страна.”⁸

Според проф. К. Дженев и К. Харалампиев проучването на българския фолклорен танц трябва да става пълноценно, а не частично като се запаметяват само конкретните стъпки Изследвателят трябва да обърне внимание на на всяко една стъпка, всяко следващо движение. За да се запази цялостния образ на танца е необходимо да се записват положенията и движенията на ръцете във всеки един отделен момент, да се обръща внимание на положението на тялото и главата и как те се променят във всеки един отделен етап от развитието на танца. „Трябва да се проследи координацията между движенията на краката и ръцете, главата и тялото – въобще да се проследят и проучат всички белези, които в съвкупност определят стила на танца. Но и това още не е достатъчно. Необходимо е да се узнаят историята на проучвания танц – кога и по какъв повод е създаден, има ли направения някакви изменения, какви, кога и от кого, по какъв повод и от кого се изпълнява, каква форма има и пр.”⁹

Българският танц не битува самостоятелно и поради тази причина не може да се проучва отделно, той е неразривно свързан с музиката, песента, костюма на изпълнителите и т. н. Ето защо това са се фактори, които внимателно трябва да бъдат проучени от изследователите, защото те ни

⁷ Шишманов, Ив. *Loco cit.*, стр. 57.

⁸ Илиева, А. Теория и анализ на фолклорния танц. Принципи на формообразуването в българския танцов фолклор, С., 2007, стр. 14.

⁹ Дженев, К., К. Харалампиев, Записване на народни танци, С., 56, стр.

дават изключително важна информация, която ни помага за коректното пресъздаване и изпълнение на примерите.

При проучването на народните танци всичко трябва да бъде описано подробно, за да може след това да се използва от всички коректно. Стоян Джуджев определя три условия за правилното записване и заучаване на народните танци:

1. Ясно, точно и вярно именуване на всяко едно движение и поза.
2. Вярно записване на музикалния съпровод, особено определяне на тактовия размер.
3. Синхронизация между музикална и танцова фраза.¹⁰

Описанието трябва да се направи изключително подробно и коректно и да съдържа следните съставни части:

1. Име на танца.
2. Обща уводна част
3. Описание на движенията
4. Описание на танца
5. Музикален съпровод.

Името на танца трябва да бъде дадено точно, на диалект, както е известно в селището. След това се дават данни за името и годините на информатора, от който е записано, селището, където е записан, къде се изпълнява хорото. Накрая се добавя името на записващия и дата на която е направено проучването.

Общата част включва общи подробности за описанието на танца. Тук се представя стила и характера на танца, за броя на изпълнителите, както и техния пол, описания на костюма, тактов размер и особености на музикалния съпровод.

Много по-подробно и пълно трябва да е представена общата част при записването на танци като част от определен обред. Задължително се записва повода по който се изпълнява танца, къде се изпълнява, в коя точно част от обряда, кои са неговите изпълнители. Задължително се описва и самия обред и ролята и функциите на всички участници в него – социално положение, облекло, атрибути необходими за изпълнение на обряда и танците. Най-добре е записът да бъде придружен с точни скици снимки и видеозапис.

Следващ етап е описанието на движенията. Именно тук се пред-

¹⁰ Джуджев, С. Българска народна хореография, С. 1945, стр. 21.

ставят подробно всички движения, които съставят танца. Първо се описват движенията като такива, а след това мястото им в цялостната композиция. Хубаво ако има диалектни особености при назоваване на всяко едно отделно движение или стъпка, те също да бъдат упоменати. Това се определя и от начина на заучаване, където първо се разучават отделните движения, а на втори етап идва тяхното свързване в единно цяло.














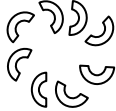
Тук няма съществена разлика при записването на фолклорни хора или сценични разработки.

Схемата е следната:

1. Описание на движенията.
2. Общи сведения, които се отнасят за всички описвани по-късно отделни движения, тактовия размер.
3. Описание на отделните движения, като се поставят по реда, по който се изпълняват в цялостната композиция на танца. Всяко отделно движение си има име, то се определя или от народната традиция в това отношение, или според вижданията на записващия, но се основава на най-характерния елемент в неговото изпълнение.
4. Номера на движението и неговото име.
5. След това е общата информация – колко такта е движението, изходното положение на тялото и неговите части.
6. Същинско описание. Тук трябва да се съобразим с няколко основни насоки – описанието на движението да е кратко, точно, ясно и пълно.
7. Накрая ако има нужда може да се отбележат забележки относно характера и стила на изпълнение в конкретния случай.
8. Когато в едно движение, изпълнявано за няколко такта, някои от тактовете се повтарят, те не се описват всеки път подробно, а се отбелязва например със „същото като за първи такт”.

Характерно за българските фолклорни хора, че основните движения се изпълняват с крака, а ръцете заемат твърде малка част. Въпреки това при записването на танците трябва да се обърне внимание на танцуването на ръцете – дали те са в синхрон с краката, какви точно движения изпълняват и т.н.

Описанието на танца е частта, в която се описва цялостната пространствена композиция на танца. За по-пълното и точно представяне на тази част от описанието е използването на следните условни знаци:

За девойка – лице/ гръб	
За момче – лице/ гръб	
Девойката е с гръб към зрителите	
Девойката е с лице към десните кулиси	
Девойката е с лице към левите кулиси	
Девойката е с лице към задния ляв ъгъл	
Девойката е с лице към задния десен ъгъл	
Девойката е с лице към предния ляв ъгъл	
Девойката е с лице към предния десен ъгъл	
Танцуващите са с лице един срещу друг	
Танцуващите са застанали един до друг	
Танцуващите са с гръб един към друг	
Танцуващите са застанали в редица един до друг с гръб към публиката	
Танцуващите са застанали един до друг в полукръг с лице към публиката	
Танцуващите са застанали в кръг един след друг	

Пътят, по който се придвижват танцуващите се отбелязва с пунктирана линия, а посоката на движение се отбелязва с плътна черта.

Разбира се, когато говорим за описанието на хора нещата стоят значително по-просто. Тогава се изреждат само последователно движенията, които изграждат цялото хоро.

Последната част е описанието на музикалния съпровод.

Като илюстрация на написаното до тук ще представя две описания – на едно хоро и един танц.

Една от най-важните части на теренното проучване е класификацията на получения от него материал. В началото обикновено се започва с групиране на събраните материали по различни характеристики – външен вид, ритъм, съпровод и др. В нашата страна съществуват напълно различни системи за обработка и класификация на събраните материали. „В основата на голяма част от опитите за подредба и класификация на хореоложкия материал лежи разпределението му по едни особени хореографски категории в танцовия фолклор: игри, хора, танци. Спецификата на всяка една от тези категории е свързана конкретно и със собствено танцовите изразни средства.”¹¹ Именно затова се наблюдават закономерности в разлики по основните белези (форма, основни движения, състав и т.н.) на танците в различните категории. Това най-често са и основните признаци, по които се класифицират българските фолклорни танци.

¹¹ Илиева, А. Теория и анализ на фолклорния танц. Принципи на формообразуването в българския танцов фолклор, С., 2007, стр. 15.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблемът за правилното записване на танците и тяхното по-късно представяне съществува от началото на създаването на фолклористиката като научна дисциплина. „Преиначаването, с цел „модеризиране”, на ритъма и на движенията е най-опасната грешка при работата с хореографския фолклор. Затова необразованият селски играч трябва винаги да бъде предпочитан пред школувания градски музикант или хореограф.”¹² Това е един проблем, който с най-голяма сила важи днес.

Използвани източници

1. Бочков, Пл. Увод във фолклорната култура, Пловдивско университетско издателство, 2002.
2. Венелин, Ю. Писмо до В. Априлов. – В: Българска фолклористика. Христоматия. Съст. Г. Данчев и А. Калоянов, В. Търново, 1975.
3. Дженев, К., К. Харалампиев, Записване на народни танци, С.
4. Джуджев, С. Българска народна хореография, С. 1945.
5. Живков, Т. Ив. За теренната фолклористика и нейното развитие – В: Регионални проучвания на българския фолклор От Тимок до Искър, БАН, 1989.
6. Илиева, А. Теория и анализ на фолклорния танц. Принципи на формообразуването в българския танцов фолклор, С., 2007.

¹² Джуджев, С. Българска народна хореография, С. 1945, стр. 21.

РЕГИСТРАЦИОННА КАРТА

1. Име
(*собствено, бащино, фамилно, прякор – как му казват*)
2. Кога и къде е роден
(*старо и ново название на селището*)
3. Местожителство (гр./ с., ул., обл.)
.....
(*старо и ново название на селището, района*)
4. От кога живее тук
5. Професия
6. Социално и семейно положение
7. Образование
(*къде е учил и колко време*)
8. Пребивавал ли е в други краища
(*колко време*)
(*и по какви причини*)
9. Има ли в рода му други изпълнители
(*певец, разказвач, инструменталист, добър танцьор*)
10. Репертоар
(*какво знае – песни, приказки, легенди, гатанки, детски игри*)
.....
(*свири, танцува, народни обичаи, приложни науки*)
11. От кого и кога се е учил
12. За кои обреди знае да разкаже
13. Какви фолклорни творби знае, брой
баяния и магии
песни
развлекателни
гатанки, пословици и др.
детски игри и занимавки
танци
14. Регистрирал
(*име, презиме, професия, дата*)

РЕЦЕНЗИИ И ПРОЕКТИ

ДОБРЕ ДОШЛИ В БЪЛГАРИЯ – РЕАЛНАТА ИЛИ НЕРЕАЛНАТА...

проф. д-р Милена Шушулова-Павлова
Департамент „Музика“,
Нов български университет

Ще направя опит за рецензия на колективен театрален продукт, представен в Университетски театър на НБУ и дело на екип от преподаватели и студенти. Аз бях някак вмъкната в последния етап – постпродукцията... А иначе продукцията е дипломен спектакъл на студенти (основно) от департамент „Театър“, но и на такива от департаменти „Изящни изкуства“, „Музика“, „Кино, реклама и шоубизнес“, по текстове на Здрава Каменова и Гергана Димитрова от пиесата „Добре дошли в България“. (Авторките са номинирани за наградата *Аскеер* през 2017). Дори само казаното дотук вече предизвиква интереса на аудиторията. Кой са Здрава и Гергана? Основната им пресечна точка е *Организация за съвременно алтернативно изкуство и култура „36 маймуни“*.¹ И двете са носители на куп награди: *Аскеер*, *Икар*, конкурса „Нова българска драма“ – Шумен, н чужбина и т.н. Най-мащабният им проект, който реализират в България с група съмишленици, е „ПроТекст“ – сценични четения на нова драматургия в несценични пространства. Идеята на тези пърформанс четения е да изгради хомогенна арт среда, в която архитектурното пространство,

¹ <http://36monkeys.blogspot.com/>

текстът, актьорското присъствие, живото музикално изпълнение и мултимедията представляват единен организъм на естествена обвързаност между отделните елементи. Вероятно това е привлякло преподавателите от НБУ. Защото се знае, че в университета „не се боим от разнообразието“ (*Ne varietatem timeamus*), а тези актуални дами са отдадено иновативни по отношение на драматургия, текст, актьорско присъствия, включване на публиката в целия процес на интелектуален и емоционален обмен.

Текстовете на Здрава Каменова оформят стила ѝ на „топла пиеса“ – насочване на вниманието към „дребните“, „ежедневни“ драми и привидното отбягване на „студените“, високи философски проблеми. В пиесите си Каменова се интересува от обикновената, „среднотатистическа“ мечта или копнеж. Разминаването между мечтания „идеален“ живот, живота от сериалите и рекламите, и реалния живот, този на дребните ежедневни грижи, пропуснатото или недостигнато щастие, светоусещането „Искам да ми се случи нещо хубаво!“ са в основата на много от творбите на Каменова.

Гергана Димитрова ангажира своя потенциал с театрални проекти и с превод на български на съвременна немска драматургия. За нея новите изпълнителски форми, новата драматургия и културните политики в областта на независимата сцена са предизвикателство. Вярва, че полето на научния и образователния театър крие голям потенциал, който тепърва ще се развива и в България. Смята, че „науката е предмет на естественото любопитство, обаче, комуникацията на науката с широката общественост често среща затруднения“². За нея театърът е изключително мощна и достъпна медия. Обикновено предмет на неговите изследвания е човекът (потенциалния зрител) и неговия материален и емоционален свят. Освен това Гергана търси и изпробва различни форми на театрализация на „научната лекция“, което е нов и модерен подход за приобщаване към високата наука и технологии на подрастващите.

Продукцията *Добре дошли в България* на департамент „Театър“³ е финансирана от МФ и БФ на НБУ и е осъществена с любезното съдействие

² Интервю на Катрин Хрусанова с Гергана Димитрова в сп. „Българска наука“, бр. 65 <http://nauka.bg/2014/65/Intervu-s-Gergana-Dimitrova-kulturolog-i-teatralen-rezisor-2014.pdf>

³ <https://www.youtube.com/watch?v=fnpAngCiD9A&list=PLndRrtkogJEt7MFqeNgOupmZInXMuNivZ&index=3>

на Радио-телевизионния център на НБУ. Постановката е дело на Христо Хр. Симеонов – млад и различно мислещ творец, който също приема предизвикателствата и търси различното в зрелището. Негови са думите: *„Театърът не е философия, хляб е за душата и зрелища за очите. В България темата за халтурата и за естрадния театър се бъркат. Публиката трябва постоянно да бъде обърквана, шокирана.“*⁴ Актьорският състав е от студенти-дипломанти, подпомогнати от алумни – Александрина Илиева, Аљона Пелня, Божидара Кръстанова, Габриела Георгиева, Димона Савчова, Емона Илиева, Иван Георгиев, Кирил Милушев, Кристиян Илиев, Михаела Матева, София Линарди, Стефан Куманов, Християна Стоименова, Тони Николов и Михаил Иванов. Представлението е ироничен прочит на абсурдната реалност в която живеем. Пред какво са изправени младите хора и какво виждат те повече от всички нас, възрастните, които сякаш свикваме и вече не ги забелязваме. *„Това беше курсова работа на студентите дипломанти, те много се вдъхновиха и решихме да го превърнем в техен последен спектакъл – казва пред БНР преподавателят и режисьор гл. ас. д-р Антоанета Петрова*⁵ *– Това е пиеса не толкова за бежанците, колкото за българите“.* *„Нашият ироничен поглед и осмиването на различни прослойки от средната класа в България, със своите предразсъдъци и предубедености – думи на докторант Християна Стоименова – Младите хора виждат свободата повече от възрастните, тази свобода е заразяваща. Ние носим порива на промяната, това ни води напред и дано чрез това представление да успеем да предадем това“.* Младите артисти афишират своя свободен дух, заряд, енергия, непринуденост – лайтмотивът на пиесата!

Преподавателският екип, който подпомага работата на талантиливите млади артисти включва режисьора гл. ас. д-р Антоанета Петрова, която с търпение и всеотдайност направлява драматургичният процес; вокалния педагог гл. ас. д-р Илиян Парасков – един от малкото музиканти, успял да *влезне под кожата* на артиста и да извади отгоре неговата най-добра музикалност и ритмичност (дългогодишен сътрудник на проф. Румен Цонев, д.н., в неговите музикални начинания); консултант-хореограф доц. д-р Татяна Соколова – доказала нестандартните си решения в

⁴ <https://bnr.bg/post/101660764/drugite-tova-sme-nie>

⁵ <https://bnr.bg/horizont/post/101490712/dobre-doshli-v-bulgaria-film-na-studenite-ot-nbu-da-rodnata-deistvitelnost>

модерния движенчески театър.

Чудесно е хрумването на Христо Симеонов за мултимедията и включването на кадри с Чарли Чаплин като диктор, интересен външен наблюдател и предсказател на случващото се в модерния свят, не само в България. Освен това Калоян Киров се е справил блестящо с монтажите и представянето на медията. Студентите-оператори Александър Атанасов, Алекс Николов, Анабел Могадам, Галя Тодорова също са на ниво. Сценографията и костюмите на Христина Дякова, Александър Ханджиев, Анна Кучкова, Габриела Дукова, Десислава Панева, Лари Проби, Теодора Еленкова са допълващи концепцията на режисьора. Обединяващото звено е техническият екип към УТ на НБУ: Георги Батилев и Боян Панов, а снимките са на Анабел Могадам.

Когато проучвах основно драматургията и основите на текста в постановката, попаднах на първоначалното представяне на пиесата още в 2016-а и тогава видях, че музиката към пиесата е на Павел Терзийски (алумен на програмите по музика в НБУ) – едно нашумяло име в съвременния модерен театър и музика в последните 10 години. Това ме накара да повярвам повече на бъдещето в днешния театър в НБУ и на посланията му: *„Добре дошли в България“ изследва границата между патриотизма и национализма, предела на здравословната толерантност и съчувствие, лицето и гърба на българската идентичност днес. Екипът забърква всичко това в апетитен, дъхав тюрлю гювеч, подправяйки го с родна чубрица и поднасяйки го с щедри щипки родолюбие и лека предупредителна усмивка.“*⁶

Доколко българите са гостоприемни, добронамерени и отворени към света? Доколко са толерантни? Дали България без бежанци е България без бъдеще...

Представлението-пърформанс е като експеримент с неочакван край, заиграващо се със стереотипите ни, с чувство за хумор, което преминава в гротеска-ирония.

„Нетипично и изненадващо се представят лошите човешки качества, които често остават скрити зад измамни усмивки и думи. Всеки герой, който е показан, изпъква със своите фалшиво прикрити злонамерени мисли. Актьорите преекспонират персонажите се с желанието да отправят стимул към публиката да се запита: „Аз какъв съм?“ и „Какво мога

⁶ <https://chr.bg/zhivot/dobre-doshli-v-balgariya-ili-kolko-gostopriemni-sa-stereotipite/>; <https://www.36monkeys.org/проекти/добре-дошли-в-българия/>

да направя, за да задействам промяна?“ (Тони Кондева, студент от департамент „Медии и комуникация“ с ментор проф. д-р Десислава Бошнакова)



ПОКАНА | Добре дошли в България

Режисьор: Антоанета Петрова | **Мултимедия:** Калоян Киров
Актьори: Александрина Илиева, Альона Пелня, Божидара Кръстановна, Габриела Георгиева, Димона Савчова, Емона Илиева, Иван Георгиев, Кирил Милушев, Кристиан Илиев, Михаела Матеева, София Линарди, Стефан Куманов, Християна Стоименова, Тони Николов, Михаил Иванов
Оператори: Александър Атанасов, Алекс Николов, Анабел Могадам, Галя Тодорова
Сценография и костюми: Христина Дякова, Александър Ханджиев, Анна Кучкова, Габриела Дукова, Десислава Панева, Лари Проси, Теодора Еленкова
Технически екип към УТ: Георги Батилов и Боян Панов | **Вокален педагог:** Илиян Парасков
Консултант хореограф: Татяна Соколова | **Постановка:** Христо Хр. Симеонов
Снимки: Анабел Могадам

*Ироничен поглед на абсурдната реалност, в която живеем.
Една продукция на Университетски театър и Департамент „Театър“ на НБУ, финансирана от МФ и БФ на НБУ и любезното съдействие на РТЦ към НБУ.*

Продължаваме идеята за RECYCLE – UPCYCLE – ARTCYCLE като всички нови спектакли, реализирани през сезони 2021/2022, ще използват в сценичната си среда и костюми материали от архива на Университетски театър. Тази идея беше заложена в основата на интерактивна документална изложба „ARTCYCLE“, посветена на 30 години театрално изкуство в НБУ!

 **НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ**

Анти-спектакъл, базиран на абсолютната гротескност на ситуацията.

Често си задаваме въпроса: Защо бежанците не искат да останат в

България? (Но вътрешно се радваме, че не остават...) Защо напускат веднага държавата ни? Уж сме една вече уредена (част от Европа) страна, със закони, с хубава храна, с достатъчно работа и производство... Уж сме гостоприемни и добри домакини, а и имаме нужда от свежа работна ръка, а всъщност няма такава!

Дали основна причина за транзитното преминаване на потоците бежанци не е манталитета на българина... неговата скрита злонамереност, ограниченост, войнственост, нетолерантност, агресивност, подмолност, мързеливост, хитрост и т.н. все в този дух антикачества, които за съжаление са на мода в последните ни уждемократични години?

Пиесата на младите дипломанти прави опит да подсказе отговори, да предизвика вътрешен анализ, да търси духовността, да предизвика СВОБОДА НА ДУХА!

Режисьорът Антоанета Петрова е постигнала много чрез обединението на единомышленици от няколко департамента. Силата на внушението ѝ е подкрепено от чудесната работа на Илиян Парасков (който е успял да сплоти вокално артистите в мощен старогръцки хор). Чудесна е и звуковата картина на спектакъла. Подбраните части от музикални откъси са допълващи и хиперболизиращи емоцията като внушение. Хорова декламация – скрита хорова многогласност, която създава полифоничност в представянето на текста и емоциите, вплетени в спектакъла. Хореографията и движенията в спектакъла (на Татяна Соколова) също са едновременно премерени и достатъчно разгърнати, за да подчертаят режисьорския замисъл и силата на текста на Каменова и Димитрова. Завидна е мултимедията – чудесно запълва обемно сценичното пространство и се вписва в идеята на сценографията и костюмите (достатъчно практични и въздействащи).

Поздравления на екипа на Университетски театър.

Поздравления на младите артисти, които успяват да надскочат своята неопитност и да се впишат по модерен начин в текста и драматургията.

ДНИ СЛАВЯНСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ И КУЛЬТУРЫ В ГДАНЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

*адъюнкт д-р Татьяна Кананович
Гдански държавен университет, Полша*

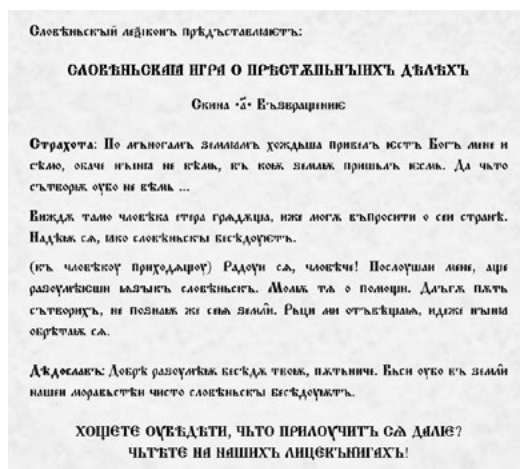
В конце мая – начале июня 2022 г. на филологическом факультете Гданьского университета прошли очередные Дни славянской письменности и культуры, организованные Институтом русистики и востоковедения. Идея организации этого праздника появилась в 2018 году, а инициатором его проведения стала профессор Зоя Новоженова. Идею поддержали все кафедры Института, Институт славистики, Институт классической филологии, а также научный руководитель и члены студенческого кружка «Аорист», которые ежегодно приурочивают к этой дате показ спектакля. В рамках Дней славянской письменности и культуры проводятся лекции, мастер-классы по древним славянским алфавитам – глаголице и кириллице, показы фильмов, выставки. С лекциями, приуроченными к данному событию, приезжают преподаватели из Чехии, Болгарии, России.

В 2018 году празднования начались с открытия выставки «Вук Караджич и его современники», подготовленной Институтом славистики во главе с профессором Душаном Паздерским. Студенты и гости праздника смогли прослушать лекции о традициях праздника в Болгарии, – об этом рассказал профессор Владимир Хынтов из Великотырновского университета им. Кирилла и Мефодия (Болгария). Доцент Татьяна Кузенная из Балтийского федерального университета им. И. Канта (Россия) рассказала о техниках создания древнерусских памятников письменности, а магистр Каролина Домбровска в своем выступлении поведала слушателям об иконописи. Сотрудник Института славистики Марек Влодковски провел мастер-класс по чтению глаголицы, а профессор Института классической филологии Татьяна Крыницкая прочитала лекцию о том, что писали древние Римляне о Польше. Гости фестиваля смогли узнать много нового о славянских верованиях, отраженных в паремиях, – об этом в своей лекции рассказала доцент Магдалена Ящевска. Подготовленные доцентом

Александрой Климкевич студенты Института русистики и востоковедения представляли Институт на Фестивале славянских языков и культур в Государственном институте им. А. Пушкина в Москве.

Одним из самых ярких событий фестиваля стал показ спектакля «Славянский детектив», подготовленный студентами-членами кружка ценителей славянского наследия «Аорист» под научным и языковым руководством доцента Татьяны Кананович. Интересна история создания этого спектакля: вдохновленные занятиями по старославянскому языку, члены кружка решили сделать спектакль... на старославянском языке. Как раз в это время на своем фан-пейдже в Фейсбуке коллектив авторов из Чешской Академии Наук, работающий над проектом электронного словаря старославянского языка Gorazd, начал в отрывках публиковать криминальную историю на старославянском языке.

(так выглядели эти отрывки)



Кружок обратился к создателям текста с просьбой разрешить использовать эти фрагменты в спектакле. Разрешение было получено, и зрители смогли увидеть и услышать историю средневекового Страхоты, который, спустя много лет, проведенных в путешествиях, возвращается в Моравию, но на месте родной деревни находит пепелище, а вместо родного славянского языка слышит чужую речь. Страхота решает узнать, что произошло... Конечно же, заботясь о зрителях, члены кружка подготовили субтитры на польском языке.

В 2019 году Дни славянской письменности и культуры были приурочены к празднованию 210-ой годовщины со дня рождения Николая Гоголя. С лекциями – уже традиционно – выступили почетные заграничные гости Института. Профессор Владимир Хынтов из Великотрыновского университета им. Кирилла и Мефодия (Болгария) прочитал лекцию «Дело святых Кирилла и Мефодия – исторические и современные измерения», профессор Татьяна Федь из Нового болгарского университета (Болгария) выступила с докладом «Комедии Н.В. Гоголя «Ревизор» и «Женитьба» на болгарской сцене», доцент Татьяна Кузенная из Балтийского федерального университета им. И. Канта (Россия) провела занятия по теме «Исторический и этимологический анализ русских фразеологизмов».

Институт славистики под руководством профессора Душана Паздерского подготовил рекламную кампанию журнала “Tygiel kultury” и пригласил гостей на выставку о Балканах.

В подготовку праздника активно включились преподаватели и студенты Института русистики и востоковедения. Доцент Катажина Арцишевска прочитала лекцию «Оригинальный Гоголь», студенты, под руководством доцентов Александры Климкевич и Татьяны Кананович, подготовили субтитры на польском языке к кинотрилогии Е. Баранова «Гоголь», которую гости фестиваля смогли посмотреть в Театральном зале факультета с разрешения киноклуба «Горизонт». Гости фестиваля смогли также познакомиться с фрагментами рассказов Гоголя, переведенными на



*Более подробно о фестивале 2018 года
можно прочитать здесь:
[https://old.fil.ug.edu.pl/media/
promowane/76399/dni_slowianskiego_
pismiennictwa_i_kultury_-_relacja](https://old.fil.ug.edu.pl/media/promowane/76399/dni_slowianskiego_pismiennictwa_i_kultury_-_relacja)*



Подробнее о празднике 2019 г. можно прочитать здесь:

https://old.fil.ug.edu.pl/media/promowane/88944/dni_slowianskiego_pismiennictwa_i_kultury_relacja_i_fotoreportaz

польский язык студентами под руководством профессор Дианы Оболенской.

Студенческий кружок «Аорист» под руководством доцента Татьяны Кананович подготовил спектакль в трех актах «Сорочинская ярмарка» по мотивам рассказов Гоголя. Над сценарием работали сами студенты, и хотя спектакль был на русском языке, для удобства зрителей были также подготовлены субтитры на польском языке. Каждый акт спектакля представлял собой творческую интерпретацию одного из рассказов Гоголя из сборника «Вечера на хуторе близ Диканьки». Спектакль получился ярким и красочным благодаря костюмам, любезно предоставленным гданьским театром Wybrzeże, тщательно подобранному музыкальному сопровождению и танцевальным композициям, созданными профессиональными танцорами. Спектакль так понравился властям факультета, что они попросили «Аорист» показать его еще раз по случаю Открытых дверей факультета в июне.

Чудесную традицию организации фестиваля в 2020 и

2021 годах прервала пандемия, но в прошлом году, несмотря на сложную геополитическую ситуацию, Институту удалось реализовать несколько мероприятий, в основном благодаря активности кружка «Аорист». Здесь следовало бы сказать несколько слов о самом кружке. Уже в названии – кружок ценителей славянского наследия – отражена главная сфера интересов объединенных в нем студентов – славянское наследие, славянские письменность и культура. Кружок был создан по инициативе студентов отделения русской филологии и начал свою деятельность в марте 2018 года под научным руководством доцента Татьяны Кананович. Сейчас членами кружка являются студенты всех отделений Института русистики и востоковедения: русской филологии, россиеведения, синологии, востоковедения, а также студенты других отделений и факультетов Гданьского университета.

За время существования кружка было реализовано несколько научно-популярных инициатив, в частности в 2018 году была организована выставка «Повседневность славян: записки на бересте», посвященная новгородским берестяным грамотам. В 2020 году был запущен канал кружка в видеохостинге YouTube под названием «Сенсации временных лет», на котором студенты помещают научно-популярные фильмы об отдельных элементах культуры и истории славянских стран. На данный момент на канале размещены 15 фильмов! (с фильмами можно ознакомиться здесь: <https://www.youtube.com/@aoryst5605>). В этом году студенты решили расширить аудиторию ценителей славянского наследия и организовали аккаунт в наиболее популярной соцсети – ТикТок, посвятив его славянской демонологии. (https://www.tiktok.com/@_slavicculture_?fbclid=IwAR0qv0JzE3dnC_FqedWeayCFXGCXztuGSbPML-GKPbeVNbQZbQChpOeHmug).

А к Дням славянской письменности и культуры в 2022 году студенты, опять же под руководством доцента Татьяны Кананович, подготовили спектакль по поэме Александра Пушкина «Руслан и Людмила». Несколько слов следует сказать об истории подготовки этого спектакля. Работу над ним студенты начали еще в 2019 году с разработки сценария и перевода его на польский язык. К сожалению, из-за пандемии сценарий два года пролежал в ящике стола. За это время многие студенты, которые принимали участие в его создании, закончили обучение. Несмотря на это, в 2021 году кружок приступил к репетициям, а 2 июня 2022 года состоялась премьера спектакля, собравшая в Театральном зале им. Ежи Лимона



на филологическом факультете Гданьского университета около 150 зрителей. Языком спектакля был русский, но, как всегда, для зрителей были подготовлены польские субтитры.

«Руслан и Людмила» – это волшебная сказка о поисках красавицы Людмилы, которую похитил злобный волшебник Черномор. Ребятам удалось создать яркие образы героев – справедливых царей, отважных витязей, коварный колдуней и колдунов. Отдельной проблемой была Говорящая голова, которую пришлось три месяца лепить из папье-маше в студенческом общежитии, а потом спускать через окно (в дверной проем она не пролазила), чтобы доставить в университет на премьеру. Прекрасная игра актеров, красочные костюмы, волшебное музыкальное сопровождение, удачные режиссерские решения и хореографические постановки, – все это

дало потрясающий результат и восхищенные отзывы зрителей.

В этом учебном году Институт русистики и востоковедения собирается продолжить традицию проведения Дней славянской письменности и культуры. Мы приглашаем всех желающих поддержать данную инициативу лекциями, выступлениями, докладами, также в он-лайн формате, а любителям спектаклей обещаем еще один сюрприз в исполнении студентов-членов кружка «Аорист»: музыкальный спектакль «Пиковая дама» по одноименной повести Александра Пушкина.



ДИГИТАЛНО ПОРТФОЛИО НА АНИМИРАНИ СЦЕНАРИИ ЗА ИГРИ

Разработки на студенти към МП „Езикова и речева патология“, НБУ, Випуск 2021

*под супервизията на доц. д-р Полина Михова
Департамент „Здравеопазване и социална работа“,
Нов български университет*

Настоящото портфолио има за цел да демонстрира възможностите на достъпни на софтуерни решения за визуализация и създаване на интерактивност с цел логопедична терапия, но и не само.

Студентите от МП „Езикова и речева патология“, НБУ, Випуск 2021 под супервизията на доц. д-р Полина Михова и на база на идеологията на докторант на свободна докторантура към ДП „Логопедия“, НБУ Нина Йорданова, разработиха в екип 6 авторски игри, с които участваха на няколко поредни конференции на национално ниво сред гилдията.

1. „Приказната игра“ с автори: Златимира Пенкова F106679, Ирен Петкова F106955,
2. „Емоциите на 1а клас“ с автори Даниела Ангелова F107315, Гергана Топалова F107334
3. „Изгубеният Тото“ с автори Антония Радужева F106286, Галина Манчева F071853
4. „Ръмбавата приказка“ с автори: F106651 Славена Траянова, F025022 Миглена Йорданова, F106444 Ана-Бел Василева
5. „Шапката на Белия заек“ с автори F Мартина Димова F104072, Златка Александрова F106558

YouTube линк на записите

https://www.youtube.com/playlist?list=PLHO7nQzCbu8wX_rvFTQOChKqMwwcyS7hS

Всички игри са анимирани, но и записани във формат на видеоматериали, като така терапевтът може да работи и със стандартно темпо, и с избрано от него такова.

„Приказната игра“ с автори: Златимира Пенкова и Ирен Петкова е посветена на развитието и стимулирането паметта на децата. Играта има три нива, като първото е:

НИВО 1

Инструкция: Разгледай внимателно картината.

Логопедът задава въпрос относно визуалното съдържание, а детето отговоря с едносричен отговор.

Пример (слайд 4)

Въпрос: Имаше ли на картината жаба? Появи ли се вълшебната фея? А смелият принц?

Отговор: Да /Не



Ниво 1 е реализирано в 10 екрана с онагледяващ материал и списък от въпроси

НИВО 2 – Едното, другото, по средата

Инструкция: Разгледай внимателно картината.

Логопедът задава въпрос относно визуалното съдържание, като работи по предоставените стимули – 2 еднакви и 1 различно.

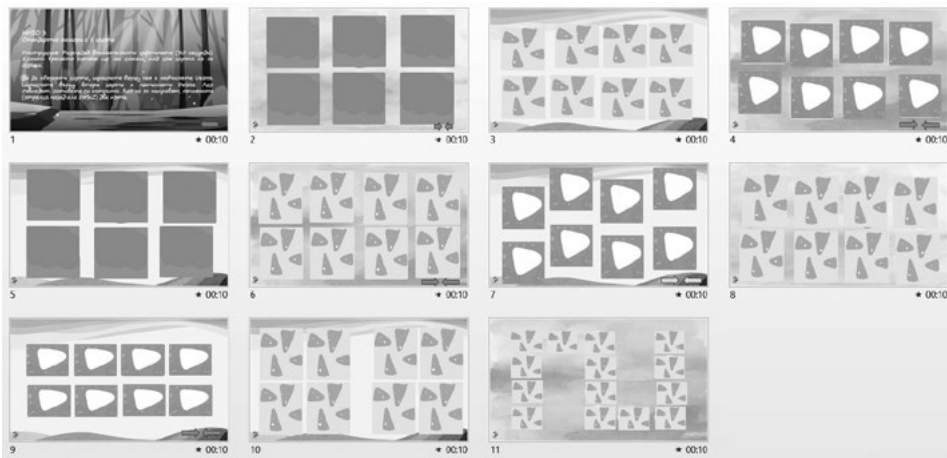
Пример (слайд 16)

Въпрос: Кои бяха трите фигури? Кои две бяха еднакви? А коя различна? Защо? Как бяха разположени?

Отговор: Две жаби и смел принц...



НИВО 3 – Стандартно мемори с 8 карти



Инструкция: Разгледай внимателно картините (30 секунди). Когато времето изтече ще ми кажеш, под коя карта са се скрили.

За да обърнете карта, щракнете върху нея и натиснете Delete. Щракнете върху втора карта и натиснете Delete. Ако съвпадат, оставете ги изтрити. Ако не го направят, отменете (стрелка назад или ctrl+Z) два пъти.

ПЪТУВАЩИТЕ СЕМИНАРИ КАТО КРОСКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ МЕЖДУ ДЕПАРТАМЕНТИТЕ В НБУ

*доц. д-р Росица Бечева
департамент „Музика“;
Нов български университет*

Желанието за написването на този материал възникна след поредния разговор с колегата от департамент „Музика“ гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска – за осъществените съвместни проекти през годините, за предстоящи такива, за създаването на умения у студентите за работа в екип. Бях заинтригувана от една **инициатива утвърдила се през годините като успешна практика – Пътуващите семинари като кроскултурна комуникация между департаментите в НБУ.**

В тази връзка, представям моето впечатление от споделеното от гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска – един от организаторите на инициативата – с цел резултатите от тази много успешна колаборация между департаментите да стане достояние до повече колеги и да послужи като полезен опит.

Девизът на Нов български университет е „Да не се боим от разнообразието“. Преподавателите и ръководството на университета винаги са се стремили да подкрепят иновативните и творчески подходи в системата на образованието. От години колеги от различни специалности се включват в общи проекти с една цел – да се направи обучението на студентите по-гъвкаво, по-смислено и по-добро. А какъв по-добър подход от това да съчетаеш нови познания с пътуване и себеизразяване.

Началото на сътрудничеството е поставено през 2019 г. , когато за първи път екип от преподаватели от програми и департаменти на НБУ решава да потърси тази комуникация и обмен между студентите от различни специалности. Това е реализирането на първият пътуващ семинар до гр. Перник по време на Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва 2019“, в който се включват студенти от курсовете MUSB012 Основи

на българските фолклорни изкуства, ООКУ017 Български танци I част и студенти от бакалавърски програми „Приложни чужди езици за администрация и управление“ (на английски и втори чужд език) и „Русистика“. Организационният екип от преподаватели включва: доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Мария Нейкова, гл. ас. д-р Милка Хаджикотева и гл. ас. д-р Маргарита Кръстева.

Целта на проекта е да запознае студентите с маскарадните игри в България и чужбина. Студентите имат възможността да присъстват на един от най-атрактивните и най-стари маскараден фестивали у нас – Международният фестивал на маскарадните игри „Сурва“ в Перник. За да се запознаят с целта и задачите на предстоящото пътуване няколко дни по-рано се провежда семинар на тема „Маскарадните игри в България – традиции и съвременност“, който запознава участниците с българските карнавални практики и традиции на маскарадните игри в нашата страна. Представени са различни образци от зимния и пролетния маскараден цикъл. Това е изключително важно за чуждестранните студенти от Африка, които за първи път се докосваха до българския фолклор и което ги подготви за предстоящото им пътуване.

На 26.01.2019 г., облечени в топли дрехи, всички дружно се отправят към невероятното преживяване наречено „Сурва“. Освен централна градска част, където студенти и преподаватели наблюдават състезателни фестивални дефилета, участниците посещават и Общински младежки дом „Мечкарница“, където е разположена работилница за маски. Там имат възможност да се запознаят с технологията за производство на маски и костюми за маскарадните игри, но и да усетят неповторима емоция слагай карнавални маски. След това пред Двореца на културата се наслаждават и на изпълненията на чуждестранните гости на фестивала. Пътуването завършва с посещение на Историческия музей в града, където е представена историята и бита на гр. Перник от древността до наши дни. В музея бе позиционирана и експозиция, посветена на карнавалните градове по света, експонатите са фестивални предмети, дадени приживе от президента на Федерацията на европейските карнавални градове (ФЕКГ) Хенри Ван дер Кроон на община Перник. Експозицията е под мотото „Да споделиш Сурва“ и представи малка част от над 500 сувенири, плакати и медали, предоставени от бившия президент на ФЕКГ. Те включват предмети от Малта, Словения, Холандия, Германия, Македония, Испания, Италия, Белгия и Гърция. Сред тях бе и малтийски рицар – талисман на карнавала в Малта,

кукли, изобразяващи словенски маскарadni персонажи, портрет на Кроон върху дърво, изработен в Словения, фестивалната му шапка, както и множество други.

В същото време студентите от бакалавърска програма „Музика“ имаха възможност да съберат материали на терен, свързани с фолклора на региона.



Втората инициатива се провежда през месец май 2019 г. – пътуващ семинар до Габрово и Архитектурно-етнографски комплекс Етъра. В нея се включват преподаватели и студенти от бакалавърски програми „Музика“, „Приложни чужди езици за администрация и управление“ (на английски и втори чужд език) и „Визуални изкуства“. Екипът включва: доц.

д-р Ралица Мирчева, доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Мария Нейкова, гл. ас. д-р Милка Хаджикотева и гл. ас. д-р Маргарита Кръстева. За първи път се разширява кръгът на участници със студентите от специалност „Визуални изкуства“ и това променя и формата на проекта. Освен обичайния въвеждащ семинар и последващо пътуване се осъществява и един трети етап, в който студентите представят свои творби и презентации, вдъхновени от съвместното пътуване и преживяване.

По време на пътуването се осъществява посещение на Дома на хумора и сатирата в града. Там освен обичайните експонати бяха изложени и карнавални костюми от различни страни по света, както и експозиция на икони и стенописи от църкви, представящи десетте смъртни гряха.

Акцентът в пътуването е насочен именно към Архитектурно-етнографски комплекс „Етъра“. В него студентите успяват да се потопят в архитектурата и бита на Габрово и района през втората половина на XVIII в. и началото на XIX в. Разхождат се по чаршията на занаятите, опитват от вкусните закуски, докосват се до различни занаяти като например тъкачество и други. Студентите от специалност „Визуални изкуства“ избират своите обекти, за да подготвят своите платна за бъдещата изложба.



По повод на Деня на народните будители на 01.11.2019 г. се осъществи пътуващ семинар до Рилския манастир. В тази инициатива се включват преподаватели и студенти от бакалавърски програми „Музика“, „Приложни чужди езици за администрация и управление“ (на англ. ез. и втори чужд език), „Русистика“ и „Визуални изкуства“. Екипът включва: доц. д-р Ралица Мирчева, доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Мария Нейкова, гл. ас. д-р Милка Хаджикотева и гл. ас. д-р Маргарита Кръстева. По време на пътуването участниците посетиха музея, иконната галерия и Хрельовата кула в манастира. Акцент в посещението е главната църква „Рождество Богородично“ с уникален иконостас. Тя е изографисана от най-добрите иконописци: Димитър и Симеон Молерови от Банската художествена школа, Захари Зограф, неговият брат Димитър и племенника му Станислав Доспевски от Самоковската школа. В навечерието на Коледните празници – 20.12.2019 г. студентите от програма „Визуални изкуства“ представиха своята изложба с картини от Рилския манастир.



През 2022 г. се осъществи съвместния проект до гр. Кюстендил. В него се включват студенти от бакалавърски програми „Музика“, „Приложни чужди езици за администрация и управление“ (на английски и втори чужд език), „Визуални изкуства“, курс ООКУ170 Български танци, както и магистърските програми „Танцово изкуство“ и „Живопис“. Екипът, който организира форума включва: доц. д-р Ралица Мирчева, доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Мария Нейкова, доц. д-р Ирина Георгиева, гл. ас. д-р Милка Хаджикотева и гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска.

Семинарът дава възможност на младите творци да се запознаят с традиционния празник „Кюстендилска пролет“, с многогодишните фолклорни традиции и да се докоснат до древната история на региона. Семинарът е свързан и с честването на 140 години от рождението на Владимир Димитров – Майстора.

По традиция организацията включва три етапа. Първият се провежда на 23.06.2022 г. На него пътуващите имат възможност да се запознаят с целта на пътуването. Получават информация за богатото историческо и културно минало на Кюстендилския регион от гл. ас. д-р Маргарита Кръстева, а доц. д-р Ралица Мирчева ги запознава с творчеството на големият български художник Владимир Димитров – Майстора. Представени бяха негови творби.

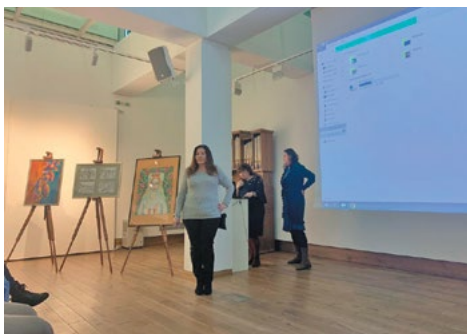
Вторият етап е самото пътуване. Първият обект, който е включен е Художествената галерия „Владимир Димитров-Майстора“. Там им е представен филм посветен на живота и творчеството на художника, разглеждат негови произведения, голяма част от които не са показвани до този момент. По този начин те почерпват вдъхновение, което да предадат в своите графики и картини. Заредени от красотата на картините на Майстора, разходката из града потопява участниците в едни отминали векове с посещението на Римските бани, Дервиш баня, Пирговата кула, Прокопиевата къща, Историческия музей, Железният мост над река Банщица, килийното училище и др.



След това всички се включат в празничната атмосфера на Кюстендилска пролет, където наблюдават конкурсната програма за най-красив щанд на населено място – украсен по най-пищния начин с помощта на череша и да се насладят на изпълненията на местни фолклорни групи и изпълнители.



Третият етап е представянето на студентските творби в галерия УниАрт – НБУ. Студентите на доц. д-р Ралица Мирчева представиха своите произведения, които в последствие месеци наред радваха всички в НБУ на втория етаж в корпус I. Студентите от програма „Русистика“ с преподаватели доц. д-р Татяна Фед и доц. д-р Ирина Георгиева представиха презентации, посветени на руските паметници и следи в историята на Кюстендил. Студентите от програма „Приложни чужди езици за администрация и управление (на английски и втори чужд език)“ с преподаватели доц. д-р Мария Нейкова и гл. ас. д-р Милка Хаджикотева представиха презентации на английски език, в които разказаха за своите впечатления от културното наследство на кюстендилския край, правейки и първи стъпки в устния превод, превеждайки на английски език представената информация, така че тя да стане достъпна и за чуждестранните студенти. Събитието бе обогатено и с участието на студентите по български танци с ръководител гл. ас. д-р Маргарита Кръстева, които представиха танцови образци от кюстендилския регион.



Верни на традициите и през 2023 г. екипът от преподаватели решава да провокира с ново събитие кроскултурната комуникация между студенти от различни програми и департаменти на университета. Този път дестинацията е гр. Казанлък – Пътуващ семинар в „Долината на розите“, 04.06.2023 г. Организатори на проекта са ИЦ „Компютърна и приложна лингвистика“, бакалавърски програми „Музика“, „Приложни чужди езици за администрация и управление“ (на английски и втори чужд език), „Визуални изкуства“, „Русистика“, курс ООКУ170 Български танци и ма-

гистърски програми „Технологии в писмения и устния превод“, „Танцово изкуство“ и „Живопис. Екипът включва гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска, гл. ас. д-р Милка Хаджикотева, доц. д-р Ралица Мирчева, доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Ирина Георгиева, доц. д-р Мария Нейкова и гл. ас. д-р Емануала Чичова.

Първата част от проекта се провежда на 01.06.2023 г. от 11:20 часа, зала 501, I корпус. Д-р Маргарита Кръстева запознава присъстващите с богатото древно минало на региона и обектите, които предстоят да се посетят. Доц. д-р Ралица Мирчева представи жизнения и творчески път на част от големите художници от Казанлък – Дечко Узунов, Нанко Балкански, Иван Милев и др. Участниците имат възможност да се запознаят с различните техники, които те са използвали в своите творби.



В уречения ден пътешествието започва с посещение на Казанлъшката гробница.



Следват къщата музей на академик Дечко Узунов. Екскурзоводът, Цветелина Велкова, която е алумни на НБУ, представя подробности за живота и творчеството на големият български художник. Всички с интерес разглеждат представените негови произведения, а в две от другите зали посещават и експозиция на съвременни млади автори от града. Следващите спирки от маршрута са къщата музей на Ненко Балкански, последвани от музей „Ахинора“ и Художествената галерия в града. В същата сграда се помещава и историческия музей, което позволява на участниците да се запознаят още веднъж с богатата история на града – от древността до наши дни, да видят украсените златни накити, оръдия на труда и оръжия от различни периоди на съществуването на този древен град. Информират се за дейността на първата фабрика за музикални инструменти у нас „Кремона“. Разглеждат традиционни фолклорни костюми на жителите на региона от края на XIX и началото на XX век.



Последната спирка е Музеят на розата, който се намира в единия край на невероятния парк Розариум. В него са представени експонати, представящи традициите в розопроизводството у нас – начините на извличане на розовото масло и приложението му в различни производства.



Всички тези инициативи са възможни с подкрепата на фонд „Учебни програми“ към Факултета за базово образование, Бакалавърски факултет и Магистърски факултет.

С нетърпение всички ще очакваме последната заключителна част на този проект, в която участниците ще представят своите творби, впечатления и познания, натрупани в това невероятно пътуване.

В заключение, бих искала да пожелая на организаторите и участниците – успех!

СПРАВКА ЗА АВТОРИТЕ

КОМУНИКАЦИЯ И ЕТИКЕТ

проф. д-р Кристиян Хаджиев, ръководител на Департамент „Администрация и управление“, Нов български университет
khadjiev@nbu.bg

доц. д-р Мария Иванова, Департамент „Администрация и управление“, Нов български университет
mivanova@nbu.bg

доц. д-р Ирина Георгиева, програмен консултант на БП „Русистика (с втори чужд език английски)“, департамент „Нова българистика“, Нов български университет
igeorgieva@nbu.bg

д-р Радостина Стоянова, Белградски университет, Сърбия, Институт за български език «Проф. Любомир Андрейчин», Българска академия на науките, България
radostina.stojanova@fil.bg.ac.rs; r.stoyanova@ibl.bas.bg

ТУРИЗЪМ И ДИГИТАЛНА СРЕДА

доц. д-р Ирена Емилова, ръководител секция „Туризъм“, департамент „Администрация и управление“, Нов български университет
iemilova@nbu.bg

доц. д-р Теодора Ризова, програмен консултант на БП „Управление на бизнеса и предприемачеството“ ДО, БП „Туризъм“ ДО, МП „Менеджмънт на туристическия бизнес“ РО и ДО, МП „Бизнес администрация“ РО и ДО, департамент „Администрация и управление“, Нов български университет
trizova@nbu.bg

гл. ас. д-р Маргарита Мишева, департамент „Администрация и управление“, Нов български университет
mmisheva@nbu.bg

ас. д-р Виолета Донева-Янкулова, департамент „Администрация и управление“, Нов български университет
vdoneva@nbu.bg

ЛИТЕРАТУРА, КУЛТУРА И МЕТОДИКА

доц. д-р Татяна Фед, програмен консултант на МП „Бизнес комуникации“ РО и ДО, департамент „Нова българистика“, Нов български университет
tnfed@nbu.bg

гл. ас. д-р Илвие Конедарева, програмен консултант на общообразователните курсове по български език, департамент „Нова българистика“, Нов български университет
ikonedareva@nbu.bg

доц. д-р Мария Нейкова, ИЦ „Компютърна и приложна лингвистика“, Нов български университет
mneikova@nbu.bg

гл. ас. д-р Милка Хаджикотева, Директор на програмен съвет и програмен консултант на БП „Приложни чужди езици за администрация и управление (на английски и втори чужд език)“ РО, ИЦ „Компютърна и приложна лингвистика“, Нов български университет
mhadjikoteva@nbu.bg

гл. ас. д-р Иван Неделчев, департамент „Здравеопазване и социална работа“, Нов български университет
inedelchev@nbu.bg

ас. Златина Николова, Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас
znikolova@gmail.com

д-р Илия Солтиров, департамент „Нова българистика“, Нов български университет, хоноруван преподавател, хуманитарна гимназия „Св. Св. Кирил и Методий“, гр. Пловдив
iliq_soltirov@abv.bg

МУЗИКА И ТАНЦ

проф. Явор Конов, д.н., департамент „Музика“
yavor@konov@abv.bg

гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска, Директор на програмен съвет и програмен консултант, департамент „Музика“, Нов български университет
mkrusteva@nbu.bg

РЕЦЕНЗИИ И ПРОЕКТИ

проф. д-р Милена Шушулова-Павлова, ръководител на департамент „Музика“, Нов български университет
mshushulova@nbu.bg

д-р Татяна Кананович, адъюнкт в Института по русистика и източни изследвания, Гдански университет, Полша
tatiana.kananowicz@ug.edu.p

доц. д-р Полина Михова, Директор на Програмен съвет към департамент „Здравеопазване и социална работа“, Нов български университет
pmihova@nbu.bg

доц. д-р Росица Бечева, департамент „Музика“, Нов български университет
rbecheva@nbu.bg

ГОДИШНИК
КРОСКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ
Интердепартаментен сборник статии, НБУ

Българска, София 2023 г.

Първо издание

Съставители: *доц. д-р Татяна Фед, доц. д-р Теодора Ризова,*
гл. ас. д-р Милка Хаджикотева

Рецензенти: *проф. Мони Алмалех, д.н., проф. Петя Александрова, д.н.*

Научен редактор: *проф. д-р Кристиян Хаджиев*

Технически редактор: *гл. ас. д-р Маргарита Кръстева-Стойчевска*

Предпечатна подготовка: АСКОНИ-ИЗДАТ

ISBN 978-954-383-150-0



АСКОНИ-ИЗДАТ

София 1113, ул. „Акад. Георги Бончев“, бл. 25, БАН

тел.: 0899 150 136; e-mail: askoni@abv.bg

Цена 20 лв.

Съществуването и успехът на различните интердисциплинарни програми на Нов български университет потвърди реалността на XXI век – живеем във време на глобализация, сливане и взаимодействие на култури, езиково многообразие и бързо променящи се приоритети, сред които всеки от нас се превръща в посредник или медиатор в различни видове комуникация.

Четирите основни раздела на сборника

КРОСКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЯ: Комуникация и етикет, Туризмът и дигитална среда, Литература, култура и методика и Музика и танц

синтезират вижданията на авторите за направленията и тенденциите за развитие в посока интердисциплинарност.

Съставители: доц. г-р Татяна Фег, доц. г-р Теодора Ризова,
гл. ас. г-р Милка Хагжикотева

Научен редактор: проф. г-р Кристиян Хагжиев

Рецензенти: проф. Мони Алмалех, г.н., проф. Петя Александрова, г.н.



9 789543 831500

АКСКОНИ-ИЗДАТ
ISBN 978-954-383-150-0

Цена 20,00 лв.