



ПРОСВЕТА
ОСНОВАНО 1945

А

а

а

А

А

т така, както ги описахме, то
ем, че има много студенти,
ишат дипломна работа, за да
нат набързо и да получат
и диплома, заради която са се
рситета. Някои от тези
а на по четиридесет години.
ези хора ще искат от нас съвети
дипломна работа за един месец,
айки каквато и да било оценка, да
ситета (с диплома в ръка). В
ябва категорично да захвим, че
а тях. Ако това са изчисленията
ти са жертви на една
вна система, която ги
ърсят диплома, за да разрешат
финансови проблеми, ще е

Весела Михайлова • Йовка Тишева
Руска Станчева • Борислав Борисов

БЪЛГАРСКИ ЕЗИК

12
КЛАС

ПЪТЕВОДИТЕЛ

За да използвате лесно и успешно своя учебник, сме се постарали да организираме информацията в него по най-добрия начин. Ще се ориентирате в съдържанието на всеки урок чрез следните знаци, които означават съответно:



Припомни си



Важно



Нещо повече



Внимание



Нови знания



Задачи

*Весела Василева Михайлова, Йовка Великова Тишева
Руска Събева Станчева, Борислав Славов Борисов*

БЪЛГАРСКИ ЕЗИК ЗА 12. КЛАС

Рецензент *Магдалена Дамянова*
Редактор *Надежда Янакиева*
Художник на графичния дизайн и корицата *Лало Николов*
Художник редактор *Вихра Янчева*
Технически редактор *Мариана Димитрова*
Коректор *Жана Ганчева*

Българска. Издание I/2021 г. Формат 70x100/16. Печ. коли 5. Изд. коли 6,48.
Код 11201108878.

Издателство „Просвета – София“ АД – София 1618, ул. „Земеделска“ № 2
www.prosveta.bg; www.e-uchebnik.bg; www.e-prosveta.bg

Печат „Дедракс“ АД – София

© Весела Василева Михайлова, Йовка Великова Тишева, Руска Събева Станчева,
Борислав Славов Борисов, 2020 г.
© Лало Николаев Николов – художник на графичния дизайн и корицата, 2020 г.
© „Просвета – София“ АД, всички права запазени.

ISBN 978-954-01-4124-4

Съдържание

1. Речевото поведение в комуникативната практика	4
2. Прилагане на лексикалната норма в речевата практика	13
3. Анализ и редактиране на стилистични грешки	19
4. Работа с различни по стил и по жанр текстове с обща тема	31
5. Интервю за кандидатстване за работа и за обучение	44
6. Мотивационно писмо	54
7. Библиография	64

1 Речевото поведение в комуникативната практика

◆ Успешното речево поведение е нещо повече от обмен на информация. В процеса на общуване с езика не само се предава информация, но и се изгражда смисъл, който се препредава между участниците. Това става чрез допълнителни елементи, които не присъстват в дадено изказване, а остават „висящи“ някъде между говорещия (адресанта) и слушащия (адресата).

◆ **Прагматиката** е дял от езикознанието, който изучава процеса на човешката комуникация при всекидневната употреба на езика в различни ситуации. Тя извежда принципите и механизмите, които определят успеха на общуването.

◆ Успешното речево общуване е процес на обмен на идеи, знания и информация по такъв начин, че целта или намерението на говорещия или пишещия да бъдат изпълнени в най-висока степен. Казано иначе, това означава авторът на изказването да съумее да представи идеите си по начин, максимално разбираем от слушателя или читателя.

◆ Британският философ Пол Грайс пръв формулира **принципа на сътрудничеството**, който е основополагащ за успешното речево общуване. Той гласи, че за да сме успешни в общуването, трябва да даваме от себе си колкото се изисква, и то само спрямо целите и посоката на разговора, в който сме въввлечени.

Въз основа на този принцип през 60-те години на миналия век Грайс извежда и четирите основни максими на общуването:

- * Максима за **качеството** – *бъди обективен и не давай информация, която е невярна или лишена от доказателства.*
- * Максима за **количеството** – *прави изказването си толкова информативно, колкото го изисква ситуацията, но и не повече.*
- * Максима за **практическата връзка** – *приносът ти в разговора трябва да е адекватен, т.е. свързан с темата.*
- * Максима за **начина на изказване** – *бъди ясен – избягвай неразбираемостта и двусмислицето; бъди кратък и подреден.*

◆ През 1983 г. отново британец – Джефри Лийч, формулира друг важен принцип на успешното речево поведение – **принципа на учтивостта**. Учтивостта се разглежда като регулатор на човешкото поведение, насочен

към поддържането на социално равновесие при общуването. Този принцип гласи:

Намали до минимум изразяването на невежливи мнения. Увеличи максимално изразяването на учтивост. Споделяй мнения и вярвания, които са приемливи (благоприятни) за слушателя.

Въз основа на този принцип Лийч формулира шест максими на вежливостта:

◆ **Максима за тактичността** – минимизирай изразяването на убеждения, които са в ущърб на слушателя; увеличи максимално изразяването на убеждения, които предполагат полза за другите.

Например учтиво е да кажем: *Имате ли нещо против да отговорите на един въпрос?* вм. *Отговорете на въпроса ми!*

◆ **Максима за щедростта** – минимизирай изразяването на убеждения, които предполагат полза единствено за теб като говорещ; увеличи максимално изразяването на убеждения, които са в полза на събеседника.

За разлика от максимата за тактичността, максимата за щедростта се фокусира върху говорещия и казва, че не себе си, а другите трябва да поставяме на първо място в общуването.

Например: *Можете да използвате моя компютър, ако искате.*

◆ **Максима за одобрението** – минимизирай изразяването на убеждения, които изразяват неприязън към другите. Максимизирай изразяването на убеждения, които изразяват похвала към другите.

◆ **Максима за скромността** – намали до минимум похвалите за себе си. Максимизирай пренебрегването на себе си.

Например учтиво е да кажем: *Колко умно от твоя страна!*. Но е неучтиво да се каже: *Колко глупаво от твоя страна!*, както и: *Колко съм умен!*

◆ **Максима за споразумението** – намали до минимум разногласията между себе си и другите. Увеличи максимално съгласието между себе си и другите.

Например неучтиво е, ако Б отговори на въпроса на А по следния начин:

А: *Беше интересен мач, нали?*

Б: *Не, беше много скучно.*

◆ **Максима за съпричастността** – намали до минимум антипатията между себе си и другите. Увеличи симпатията между себе си и другите.

Това е стратегията за посрещане на интереса, желанията и нуждите на слушателя. Тук снадаг например поздравленията, изразяването на съболезнования и др.

◆ Характеристики на успешното речево поведение

Успешното речево поведение включва редица елементи, които са представени на схемата по-долу:



* Целенасоченост на съобщението

Означава авторът на съобщението:

- да е определил предварително целта му;
- да е определил предварително ключовите му послания;
- да е структурирал изказването си в логическа последователност.

Адресатът на съобщението не трябва да бъде оставян да „чете между редовете“, защото така може да се породят недоразумения.

* Коректност на съобщението

Означава предаваната информация:

- да бъде точна и да съответства на фактите;
- да е езиково издържана, за да не създава двусмислици и недоверие у слушащия или четящия поради допуснати от автора езикови грешки.

* Пълнота на съобщението

Комуникацията е основата за вземане на решения. Ако информацията е непълна, това може да стане причина получателят на съобщението да вземе грешни решения.

* Прецизност на съобщението

Съобщението трябва да е кратко, за да се улесни директното му тълкуване от получателя с оглед на вземане на решения.

* **Надеждност на съобщението**

Означава авторът да е сигурен, че съобщението, което предава, е в съответствие с неговите знания. Надеждността на съобщението изгражда доверие между автора и получателя.

* **Съобразяване с получателя**

Съобщението трябва да е съобразено:

- със знанията на получателя;
- с образованието му;
- с възрастовите му особености;
- със средствата на приемане на съобщението (устно, писмено, по телефон, в чат и др.).

* **Учтивост на автора**

Съобщението трябва да е в съответствие с принципа на учтивостта, който е израз на уважението на автора към получателя.

◆ **Ефективни комуникационни умения**

Успешното речево поведение е умение, което се развива с продължителна практика и опит. Уменията, необходими за ефективно протичане на комуникацията, са:

- * **наблюдателност** – необходима е, за да се придобиват възможно повече знания и информация за ситуацията на общуването;
- * **яснота и краткост** – за да окаже желаното въздействие върху слушателя, съобщението трябва да е ясно и точно (с думи и езикови конструкции, които слушателят разбира);
- * **способност за изслушване** – най-важното комуникативно умение е човек да бъде добър и търпелив слушател – това ще му позволи да разбере и да интерпретира добре съобщението;
- * **емоционална интелигентност** – означава емоционална осъзнатост и способност да се въздейства върху събеседника по начин, който не го обижда;
- * **самоувереност** – увереността на автора на изказването повишава качеството на съобщението, което се предава; когато авторът на съобщението изразява несигурност, това създава у слушателя впечатление, че предаваната информация не е надеждна;
- * **уважение** – зачитането на ценностите, вярванията, мненията и иденте на събеседника е ключово умение за постигането на ефективна комуникация;
- * **невербална комуникация** – за да се свърже по-добре със събеседника си, авторът на изказването трябва да владее и невербалната комуни-

кация – тя включва общуване чрез жестове, мимики, контакт с очите, пози и т.н.;

- * **избор на подходяща среда** – изборът на подходяща среда за общуване също е важно умение – необходимо е да изберете подходящ носител на информация според ситуацията, приоритета на съобщението, гледната точка на получателя и т.н.; ако представяте устно доклад по дадена тема, е добре да направите визуализация с презентация, за да използвате и двата канала за предаване на информация (слухов и зрителен);
- * **предоставяне на обратна връзка** – успешното общуване винаги е двупосочен процес – участниците в общуването трябва да са готови да дадат и да получат обратна връзка, за да се изведе перспективата и на другия; когато правите изложение по дадена тема, винаги оставяйте време за дискусия, за да осигурите даването и получаването на обратна връзка.

◆ **Бариири (пречки) пред ефективната комуникация**

Понякога в процеса на общуване възникват пречки, които го правят по-малко полезно както за автора, така и за получателя на съобщението.

Тези бариири може да се обособят в три групи:

- езикови бариири;
- бариири, свързани със социални характеристики на аудиторията;
- физически бариири.

◆ **Езикови бариири**

1. **Неадекватен лексикален подбор**

Води до смущения и разсейване при възприемането на информацията. Изразява се в:

- използване на тясно специализирани термини, непознати на аудиторията;
- прекомерна абстрактност на идеите, която е пречка получателят на съобщението да осмисли идеите (посланията) на автора на съобщението;
- липса на илюстриране на идеите на автора с конкретни примери.

2. **Неорганизираност на съобщението**

Ако съдържанието не е систематизирано в логическа последователност, съобщението губи от въздействието си.

3. **Преговарване с информация**

Ефективността на комуникацията намалява, когато авторът говори продължително и злоупотребява с вниманието на слушателите. Това води до умора, загуба на интерес и намаляване на мотивацията у аудиторията.

◆ **Баристри, свързани със социални характеристики на аудиторията**

Хората принадлежат към различни социални групи (различно ниво на образование, различен пол, различна възраст и др.). Тези характеристики оказват значително влияние върху ефективността на комуникационния процес.

1. **Разлики в нагласите (позициите) на автора и аудиторията**

Понякога хората не са склонни да променят мнението си. Тогава авторът на съобщението трябва да изтъкне, че познава и уважава гледните точки на аудиторията, за да я мотивира да изслуша и приеме и неговите възгледи по определена тема. Така ще може да се постигне целта на общуването. В противен случай рискувате да останете неразбран и да не постигнете тази цел.

2. **Демографски разлики**

Разликите във възрастта, пола, социалния статус, традициите, опита и т.н. са предпоставки, които често създават пречки за успешното протичане на процеса на комуникация.

3. **Липса на общ опит или перспектива между оратора и аудиторията**

Опитът на човек развива перспективата му да вижда нещата по определен начин. Тази перспектива варира от човек до човек. Следователно, ако липсват общ опит или перспектива между оратора и аудиторията, за слушателя става трудно да се свърже с опита или възгледите на автора.

4. **Прескачане на важни обобщения**

Някои хора нямат търпение да изслушват другите и често правят прибързани заключения, като по този начин пренебрегват мотива на съобщението.

◆ **Физически бариери**

1. **Физическо разстояние**

Когато хората общуват на големи разстояния, те пропускат невербалния аспект на комуникацията, тъй като жестовете и мимиките на слушателя не може да бъдат интерпретирани.

2. **Шум**

Околната среда или самата система за комуникация понякога включват нежелан шум, който прекъсва процеса на комуникация. Това го прави неефективен (например лоша интернет или мобилна връзка).

3. **Физиологични бариери**

Една от най-често срещаните бариери пред ефективната комуникация са възможните увреждания на участниците (например намален слух, лошо зрение, заекване и т.н.).



- ◆ Успешното речево поведение означава да сме **ангажирани слушатели**.
- * Когато общуваме с другите, често се фокусираме единствено върху това, което ние трябва да кажем. Но ефективното общуване изисква от нас да сме преди всичко добри слушатели.
- * Да слушаш добре, означава не само да разбираш информацията, която се предава, но и да вникваш в емоциите на събеседника.
- * Има голяма разлика между ангажираното слушане и простото слушане. Когато наистина слушате, ще сте ангажирани с казаното – ще чувате фините интонации на гласа, които ще ви кажат как се чувства този човек и какви емоции изразява.
- * Когато сте ангажиран слушател, не само ще разберете по-добре другия човек. Вие ще го накарате да се чувства чут и разбран, което може да помогне за изграждането на по-силна и по-дълбока връзка между вас. Ще станете ангажиран слушател, ако изцяло се фокусирате върху говорещия.
- * Не можете да слушате ангажирано, ако постоянно проверявате телефона си или мислите за нещо друго.
- * Ако ви е трудно да се концентрирате върху говорещия, опитайте да повтаряте думите му наум – това ще засили посланието им и ще ви помогне да останете съсредоточен.
- * Открийте емоционалните нюанси на това, което някой казва.
- * Слушането не означава просто да изчаквате да дойде вашият ред да говорите. Не можете да се концентрирате върху това, което някой казва, ако си повтаряте това, което вие искате да кажете. Така рискувате говорещият да „прочете“ вашите мимики и поза и да разбере, че умът ви е другаде.
- * Покажете интереса си към казаното. Кимайте от време на време, усмихвайте се на човека, уверете се, че стойката ви е отворена и привлекателна.
- * Насърчавайте говорещия да продължи с кратки устни коментари, показващи ангажираност към казаното.



Прочетете текста и изпълнете задачите, свързани с него.

Психолозите често се сблъскват със ситуации, в които човек забравя, че общуването е изкуство. Умението ни да осъществяваме контакти, предопределя и успеха ни в много сфери на живота.

Последните изследвания показват, че когато слушаме събеседника си, но не откриваме потвърждение на неговите думи в погледа или жестовете му, ние преставаме да му се доверяваме, ставаме подозрителни и се опитваме да намерим някакъв подтекст.

Установено е, че вътрешната потиснатост и стеснителност понякога изглеждат като бдителност и агресия. Много често поради неумението си да разкрие на събеседника своите намерения, човек се оказва погрешно разбран.

Успешният контакт е невъзможен, ако у вас не работи функцията „умение за обратна връзка“ – способността да улавяме какво очаква събеседникът ни от общуването с нас.

Печели този, който проявява гъвкавост, способност да превключва от един към друг тип поведение.

Не трябва да се забравя, че всеки контакт изисква умения за внимателно изслушване и проявяване на търпение. Често се опитваме да създадем контакт с другия, ръководейки се само от личния си опит, като забравяме, че той има своя ценностна система.

Когато получи от нас някаква информация, събеседникът ни задължително я анализира, сравнява я с това, което вече му е известно, и в края на краищата я тълкува така, както тя най-удобно би се вписала в системата на собствените му убеждения.

За да може друг човек да ни чуе и разбере, е необходимо да се научим да говорим с него на един и същ език. Общуването винаги се извършва на две нива: вербално (речево) и невербално (чрез езика на тялото). Трябва да намерим подходящи начини да привлечем вниманието на партньора. Например може да използваме думи или изрази, които влизат в неговата речева система. По отношение на жестовете също може да подражаваме на неговата поза, движение на ръцете, на главата.

Партньорът в общуването винаги възприема по-добре тембър на гласа, темп на речта и интонация, близки до неговите.

Задължително е да се знае, че всеки човек притежава „водещ канал“ за възприемане на информацията. Някои хора по-добре приемат чуждите аргументи с помощта на изрази, които насочват към визуализация (*да видим,*

ясно, очевидно), други – с помощта на изрази, свързани със слухови възприятия (*добре е да се вслушаме, нека чуем, слушайте*), а трети – с т.нар. кинестетични изрази, насочени към усещанията и осезаемостта.

Този подход ще остане незабелязан от вашия събеседник, но ще му помогне да се отпусне и да се почувства удобно, а вие ще преодолеете съществуващите бариери в общуването и ще изпитате удовлетворение.

Из интернет

1. Кое от твърденията НЕ е вярно според текста?

- А) Когато погледът или жестовете на събеседника ни не изразяват потвърждение на неговите думи, преставаме да му се доверяваме.
- Б) Словесната агресивност е израз на високо самочувствие и убеденост на говорещия в правотата на тезата му.
- В) Говорещият може да се окаже погрешно разбран поради неумението си да разкрие пред събеседника своите намерения.
- Г) За да бъдем разбрани от събеседника си, е необходимо да говорим с него на един и същ език.

2. Кое от твърденията НЕ е вярно според текста?

- А) Успешното речево общуване изисква умения за внимателно изслушване и проявяване на търпение.
- Б) Говорещият печели, ако изхожда само от личния си опит и не отстъпва от своята позиция независимо от доводите на своя събеседник.
- В) Когато в хода на разговора събеседникът ни получи информация от нас, той е склонен да я тълкува така, както тя най-удобно би се вписала в системата на собствените му убеждения.
- Г) В процеса на общуването печели онзи участник, който намери начин да привлече вниманието на събеседника си.

3. Като имате предвид информацията от текста, направете списък с полезни съвети за успешно участие в речевата комуникация.

4. Напишете есе на тема *Умението ни да осъществяваме контакти, определя нашия успех в много сфери на живота.*

2 Прилагане на лексикалната норма в речевата практика. Езиков практикум

◇ **Лексикална норма** – съвкупност от правила, които регламентират как да се свързват по смисъл думите в потока на речта. Нарушаването на лексикалната норма поражда лексикални грешки.

◇ Спазването на лексикалната норма изисква:

- да се познават значенията на думите и техните стилистични особености;
- да се владеят правилата за лексикална съчетаемост;
- подборът на думите в речта да се съобразява със сферата на общуване, в която функционира текстът.

◆ Ако не сте сигурен за значението на дадена дума, проверявайте в Академичния тълковен речник – Речник на българския език на Института за български език към БАН.

◆ Най-често допусканите лексикални грешки са:

* **Неуместна** за даден контекст **употреба на думи** (или т.нар. стилистично смесване)

Подобни употреби създават комичен ефект и издават ниска езикова култура.

Например: *Очевидно е, че на Вас не Ви пука особено, господине!* – налице е недопустимо смесване на изрази, присъщи за официалното и за неофициалното общуване.

* **Паронимна употреба** поради липса на знания за света или слабо познаване на книжовния език

Например: *Малкият е много впечатляващ и често реагира с плач.* (вм. правилното *Малкият е много впечатлителен и често реагира с плач.*)

* **Неправилна употреба на един предлог вместо друг**

Например: *Отиваме на Враца.* (вм. правилното *Отиваме във Враца.*)

На Коледа ще бъдем в баба ми. (вм. правилното *На Коледа ще бъдем у баба ми.*)

* **Неправилно изпускане на предлога на**

Например: *Стремим се към задоволяване нуждите на хората.* (вм. правилното *Стремим се към задоволяване на нуждите на хората.*)

- **Неправилно добавяне на предлог**

Например: *Имам **в предвид** това, което ми каза.* (вм. правилното *Имам предвид това, което ми каза.*)

*Това **между** **впрочем** се оказва истина.* (вм. правилното *Това **впрочем** се оказва истина.*)

- **Употреба на словосъчетания, съдържащи думи, сходни по смисъл**

Например: *Такава е **реалната действителност**.* (Думите в словосъчетанието *реална действителност* се припокриват по смисъл: *реална* = *действителна*; *действителност* = *реалност*.)

- **Употреба на словосъчетания, съдържащи думи, които взаимно се изключват по смисъл**

Например: *Това момиче е **ужасно красиво**.* (Думите *ужасно* и *красиво* са несъвместими по смисъл.)

- **Неправилна употреба на съюза и**

Например: *Времето е **хубаво и слънчево**.* (Оценката, че времето е хубаво, е по-обща, а оценката, че времето е слънчево, е по-четна – двете характеристики не са равнопоставени, поради което съюзът *и* между думите *хубаво* и *слънчево* не е правилно употребен.)



- ◆ Запомнете следните изрази, които често се грешат:

Правилно	Неправилно
<i>имам предвид</i> <i>Имат предвид неговите резултати.</i>	<i>имам напредвид / на предвид / впредвид / в предвид</i>
<i>между другото</i> <i>Задачата, между другото, е лесна.</i>	<i>помежду другото</i>
<i>имам идея</i> <i>Имам идея какъв да бъде сценарият.</i>	<i>имам на идея</i>
<i>става въпрос</i> <i>Става въпрос за тяхното бъдеще.</i>	<i>става на въпрос</i>



- ◇ **Тавтология** – недостатък на езиковия изказ, при който с различни изразни средства се повтаря едно и също.

Например:

*Готови сме **взаимно да си помогнем един на друг**.* (Думата *взаимно* и изразът *един на друг* имат един и същи смисъл.)

- ◇ **Плеоназъм** – недостатък на езиковия изказ, при който се поражда излишно многословие.

Например:

Младият юноша направи впечатление на всички. (Думата юноша съдържа значението 'млад' и затова думата млад е излишна.)

1. Попълнете празните места в текста с подходяща дума – по смисъл и граматически.

Навлизането на технологиите трайно промени света, а и самите .
Доколко това е вредно или не, си остава спорен .

Факт е, че още в древността мислителят Сократ е бил
от бурното развитие на писмеността, съмнявайки се, че това ще ни
от памет и истинско познание.

Днес, в ерата на Гугъл, новата дилема е дали . ни е направила по-глупави. В книгата си „Под повърхността“ американският автор Никълъс Кар . редица тревожни въпроси, свързани с развоја на днешните технологии, като ни . да се замислим върху някои важни подробности.

Кар ., че интернет, който се е превърнал в една от най-популярните ., тотално е изменил начина на възприемане на информация, което . трайно засяга функциите на мозъка ни. Той е . мнение, че Мрежата ни лишава от уменията да се ., да мислим в дълбочина и да разсъждаваме адекватно. Според . ние бързо превключваме от режим на четене в . на „сканиране“, т.е. на „бързо преглеждане“, което е ., че сме станали доста по-повърхностни.

Изследване на Microsoft Canada, публикувано през май, потвърждава . на Никълъс Кар. Проучването доказва, че от 2000 г. насам ние . да задържаеме вниманието си едва 8 секунди, а преди сме . правила с 4 секунди повече. За разсеяните златни рибки се твърди, че те го . в рамките на 9 секунди – ето защо са . разгърсващи тези данни.

Междувременно анализът показал още, че ние . по-умели в превключването и концентрирането върху различни задачи за време, т.е. развили сме способността за т.нар. мултитаскинг. на теста демонстрирали завидна ловкост, разпределяйки вниманието си между ., компютър и телефон.

Резултатите от проучването карат доста специалисти . смятат, че мозъците ни съумяват да се адаптират към . начин на живот. Според тях следващите поколения . ще ни надминат и ще се възползват в положителен . от тези промени.

2. Подчертайте предлога, който е правилен в съответния контекст.

Programming Basics е безплатен основополагащ курс **за / по** програмиране, който е и вход към цялостната програма **за / по** софтуерно инженерство при успешното му преминаване. **В / С** него ще можеш да се запознаеш с всички основни понятия **в / от** света на програмирането, да навлезеш **в / из** областта **по / с** интересен и практичен начин и да видиш гледната точка на програмиста.

Курсът цели да ти помогне да разбереш дали преследването на кариера на софтуерен инженер е твоето призвание. Ако е така, то цялостната програма **на / в** „Софтуерния университет“ ще бъде следващата естествена стъпка **пред / за** теб.

Всеки, който няма познания **в / из** областта на технологиите, няма и ясно изградена представа точно **накъде / закъде** да се насочи. Обучението в курса ще ти даде знания **за / по** най-използваните софтуерни езици, функциите и приложението им. Цялостната програма **след / преди** това ще надгради тези знания и ще положи основите, необходими да специализираш и работиш точно това, което искаш.

3. Подчертайте думите и изразите, които водят до излишни смислови повторения. Редактирайте изреченията.

Желанията му са едно, а реалната действителност – съвсем друго.

Прокудените от отечеството борци за свобода чувстват носталгия по родината, мъка и тъга по нея.

Това място дава подслон на много хора и революционери, сред които е и Васил Левски.

Чуждата страна е враждебна и негостоприемна към изгнаниците.

Успех в общуването имат учтивите и вежливи хора, които уместно използват формулите на речевия етикет.

Това, че е богат и има много пари, не му дава право да се разпорежда със съдбата на другите.

За малките деца е задължително да прекарват поне няколко часа на чист въздух сред природата.

Напоследък тя споделя, че има много страхове и фобии.

Научихме много от атрактивната презентация и представяне на лектора.

Участниците в конференцията питаха различни въпроси.

Рилският манастир е един от най-известните и посещавани културни паметници у нас.

4. Подчертайте онзи от паронимите, който е подходящ за контекста в съответното изречение, а след това включете в свое изречение другия от паронимите, като спазите правилата за лексикалната съчетаемост на думите. Ако не сте сигурен в значението на всеки от паронимите, направете справка в тълковен речник.

В Рилския манастир се формира **книжна** / **книжовна** школа, която обучава духовници и граматници.

Неофит Рилски основава килийно училище, в което **се просвещават** / **се посвещават** голям брой ученици.

Затова манастирът е не само религиозен и културен паметник, но и историческа **светлина / светиня**.

Апостола е обрекъл живота си на свята **клауза / кауза**.

Осъдените на изгнаничество герои понасят твърдо **изпитванията / изпитанията** на тежката съдба.

В града е построен модерен център за **рехабилитация / реабилитация** на болни със сърдечносъдови заболявания.

Тази католическа **катедра / катедрала** е една от забележителностите на Рим.

5. Подчертайте онзи израз (или отделна дума) във всяко от изреченията, който е употребен неправилно. Редактирайте изреченията.

Те са претърпели злополука благодарение на това, че са се движили с повишена скорост.

Човечеството е изправено пред съвсем ново предизвикателство и няма да е пресилено, ако кажем, че това предизвикателство е прецедент в нашия обществен живот.

Той говори толкова високо, че се чува и в съседната стая.

Цените в луксозните бутици в центъра на града са много скъпи.

3 Анализ и редактиране на стилистични грешки

Езиков практикум



За да се говори за допускане на грешка, трябва да е налице някакво правило, което е нарушено.



Стилистична грешка

Поражда се от несъзнателно отклонение от книжовноезиковите норми.

Води до затруднение или колебание в различна степен при възприемането на информацията от даден текст.

Например:

*Подзаглавието на книгата „Бай Ганьо“ е „Невероятни разкази за един **съвременен** българин“, защото образът на главния герой въплъщава всички отрицателни черти на **съвременния** българин през онази епоха.*

Повторението е употребено неуместно и води до двусмислица – не е ясно с кое от значенията си е употребена думата *съвременен* – 1. който се отнася към нашето съвремие; настоящ, днешен; 2. който е в крак с времето, модерен.

Стилистичен ефект

Поражда се от съзнателно търсено и предварително обмислено отклонение от нормите с оглед на определена комуникативна цел – да се внуши някаква мисъл, да се открие идея, да се изрази авторовото отношение към предмета на изказването.

Не поражда затруднение или колебание при възприемането на информацията от даден текст.

Например:

*Драмите му – **всичките съвременни!**
Само дето **всички те са временни!***

Радоу Ралин

Употребата на думата *временни* и на словосъчетанието *са временни* е съзнателна именно за да се създаде впечатление за двусмислица, чиято цел е постигане на хумористичен ефект. Този вид игра на думи се нарича **каламбур**.



Видове стилистични грешки

◆ Двусмислица (амфиболия)

* При употреба на местоимения

Творбата започва с описание на селското ежедневие в онова време, което никак не е било лесно.

Не е ясно дали *което* се отнася към *описание*, към *ежедневие*, или към *време*.

Винаги се вслушивам в съветите на родителите си, защото те са ми опора в живота.

Не е ясно дали става дума за съветите, или за родителите.

* При употреба на числително име

Едно дете трудно би разбрало постъпките на възрастните.

Не е ясно дали става дума само за едно-единствено дете, или се има предвид всяко дете.

Кметът беше първият човек в селото.

Не е ясно дали кметът е първи в йерархията на селото, или е първият, дошъл в селото.

* При употреба на многозначни думи

Героят в разказа е буден.

Не е ясно дали става дума, че героят е любознателен, или че не спи в момента.

Авторът описва края на баща си.

Не е ясно дали става въпрос за родния край, или за кончината на баща му.

Трябва да се предава вярата на новите поколения.

Не е ясно дали глаголет *предавам* е употребен със значение 'пренасям, оставям, поверявам', или със значение 'извършвам предателство'.

* При употреба на пароними

Постъпката му остави неизлечима следа в душата ми.

Неправилно е употребена думата *неизлечима* ('която не се лекува') вместо *неизличима* ('която не може да бъде заличена, изтрита').

* При неуместен избор на синоними

Одата е творба, пропита с възхитителни чувства.

Думата *възхитителни* е употребена неуместно вместо *възторжени*.

Вътрешната красота е по-важна от външната.

Думата *вътрешната* е употребена неуместно вместо някоя от думите *душевната, нравствената*.

- * **При неуместно съчетаване на думи от гледна точка на лексикалното им значение**

Подариха ми много красиви картини.

Не е ясно дали картините са много на брой, или са много красиви.

- * **При нарушаване на правилата за слято и разделно писане**

Твърди се, че древните българи са живели вкъщи, а не в юрти.

Вместо съчетанието от предлог и съществително име *в къщи* неправилно е употребено наречието *вкъщи*.

- * **При изпускане на дума, съчетание от думи, пунктуационен знак и др. (брахилогия)**

- **при изпускане на съществително име:**

Водата е стряна за известно време и ако се затопли, ще пламне епидемия.

Не е ясно дали става дума за затопляне на водата, или за затопляне на времето.

50 000 се явиха на НВО по БЕЛ.

Изпускането на думата *ученици* води до неяснота на изказа.

Елин Пелин на матурата по БЕЛ.

Изпускането на израза *Творба на Елин Пелин се падна* поражда неяснота на изказа.

- **при изпускане на предлог:**

Обичам да разговарям и да играя с деца.

Не е ясно дали говорещият обича да разговаря по принцип, или обича да разговаря точно с деца.

Местата са предвидени за майки с деца и възрастни хора.

Не е ясно дали местата са за майки с деца и за възрастни хора, или са за майки с деца и (майки) с възрастни хора.

- **при изпускане на определителен член:**

Външната и вътрешна политика на страната е стабилна.

Изпускането на определителния член в думата *вътрешна* създава впечатление, че с израза *външната и външна политика* е означен един тип политика, а всъщност става дума за два различни типа политика.

По северното и южно крайбрежие на страната ще паднат краткотрайни валежи.

Изпускането на определителния член в думата *южно* създава впечатление, че с израза *северното и южно крайбрежие* е означен един географски обект, а всъщност става дума за два географски обекта.

Наредбата се отнася за големите и малки предприятия. Изпускането на определителния член в думата малки създава впечатлението, че с изрази големите и малки предприятия е означен един вид предприятие.

– **при изпускане на частица:**

Характерът на човека се познава не само по постъпките, но и по начина, по който се усмихва и смее.

Изпускането на частицата се променя смисъла на изречението, защото глаголите смее се и смея имат различно значение.

Той щеше да му обясни мотивите за постъпката си и му поиска съвет. Изпускането на частицата да пред му поиска съвет означава, че вече е поискал съвет.

– **при липса на поставено ударение в писмен текст:**

Заседанието ще приключи до 5 часа.

Поражда се неяснота какво се има предвид – 5 часа (бройна форма) или 5 часа (членувана форма за ед. ч.).

– **при изпускане на кавички за изразяване на ирония:**

Бай Ганьо е пример за тактично поведение спрямо непознати хора.

Думата „тактично“ трябва да се постави в кавички, за да стане ясно, че се употребява като израз на ирония.

– **при изпускане на кавички за изразяване на преносно значение:**

Алеко убива пороците на новото време с помощта на смеха.

Думата „убива“ в този контекст трябва да се постави в кавички, за да се означава, че е употребена в преносно значение.

– **при изпускане на запетая:**

Да отиваме да ядем ученици!

Изпуснатата запетая пред обръщението ученици води до промяна на смисъла на изречението, което трябва да се напише така: *Да отиваме да ядем, ученици!*

Не можеш да отговориш по друг начин.

Написано така, изречението означава 'нямаш възможност, не си в състояние'. Ако говорещият иска да изрази значението 'имаш възможност, в състояние си', трябва да постави запетая след частицата не: *Не, можеш да отговориш по друг начин.*

Първо съществително име, второ прилагателно име, трето местноимение...

Написано така, изречението създава впечатлението, че думите първо, второ, трето са употребени като съгласувани определения. Ако говоре-

щият иска да употреби тези думи като вметнати, след всяка от тях трябва да постави запетая: *Първо, съществително име; второ, прилагателно име; трето, местоимение...*

◆ **Логическо несъответствие между елементите в дадено изказване**

• **При несъвместимост или несъответствие при съпоставяне на предмети, обекти и т.н., принадлежащи към различни категории**

Животът пред нея е изпълнен с цветя и рози.

Роза е видово понятие спрямо родовото понятие цвете, поради което думите роза и цвете не може да се свържат със съюза и.

Хора и търговци масово купуват дезинфекционни препарати.

Търговци е видово понятие спрямо родовото понятие хора, поради което думите хора и търговци не може да се свържат със съюза и.

Ще я запомним с всеотдайната ѝ любов към нас и към хората.

Личното местоимение нас означава част от хората и затова не може да се свърже с думата хората чрез съюза и.

• **При съчетаване на взаимноизключващи се твърдения**

И само този, който не е чел одата, може да забрави вълнуващата картина на сражението при Шипка.

Този, който не е чел одата, няма какво да забрави.

◆ **Разделяне на смислово свързани части на изречението (хипербат) – при разделяне на определение от пояснената от него дума:**

стана ясно, че болният за милиони хора проблем съвсем скоро ще бъде разрешен.

Тя облече подарения ѝ от колегите за рождения ѝ ден спортен екип.

Развълнувахме се от драматичната ви, белязана от много болки и огорчения съдба.

◆ **Натрупване на близки по значение думи и изрази, които изразяват една и съща идея или мисъл и представляват словно излишество (плеоназъм)**

1. Използване на логически излишни думи и изрази

– **при употреба на синонимни думи и изрази:**

Притежаваме голям потенциал и възможности.

Двете думи имат сходно значение.

Момчето е сирак и си няма нито баща, нито майка.

Сирак означава 'човек без родители'.

Двамата непознати се срещнаха за първи път.

Хора, които се срещат за първи път, са непознати.

Тя е бременна и чака дете.

Бременна е жена, която чака дете.

- при употреба на определения, чисто значение се съдържа в пояснената от тях дума:

потенциална възможност (= възможна възможност); реална действителност (= действителна действителност), тъжен помен; трагично самоубийство; нови, непубликувани досега разкази; неприятен инцидент (инцидент означава 'непредвидена, неприятна случка, нарушила нормалния ход на нещата'); дебютирам за първи път (дебютирам означава 'изявявам се за първи път'); допълнителен бонус (бонус означава 'допълнително възнаграждение или отстъпка'); основен лайтмотив (лайтмотив означава 'основен мотив в литературно произведение'); перспективи за бъдещето (перспектива означава 'представа, която е възможно да се осъществи в бъдещето'); популярен хит (хит означава 'нещо, което е популярно, широкоизвестно', най-често се отнася за песен); предупреждавам предварително (предупреждавам означава 'предварително уведомявам някого за нещо'); предварително планиране (планиране означава 'съставяне на предварителен план за някаква дейност'); вътрешен интериор (интериор означава 'вътрешно пространство на помещение в сграда'); премиера на първото представление (премиера означава 'първо представление на сценично, филмово или друго художествено произведение').

2. Използване на думи с един и същ корен или на производни думи (тавтология)

- в словосъчетания:

в разказа се разказва, възвисява се високо, следствените органи разследват

- в изречения:

Експертите **пускат** предписание в обекта да не се **допускат** хора.
Спалнята е **освежена** от **свежите** завивки и пердета.

Най-ценният експонат в музея беше **оценен** високо от специалистите.

◆ Употреба на езикови шаблони

1. Лексикални шаблони – думи с избледняло речниково значение, чието употреба се приема за негативно явление в езика. Срещат се най-често в заглавията на медийни публикации:

- **топ** в значение на 'най-добър': **топ**режисьор, **топ**финансист, **топ**актьор, **топ**журналист, **топ**новина
- **хит** в значение на 'нещо особено напумяло към момента; сензация':
Последният **хит** на пазара – биохлябът
Сериалът бързо се превърна в **телехит**.

Целият бански **хит** на сезона

Ярките цветове **хит** на това лято

Филмът стана касов **хит** на годината.

Кюфите за боклук – **хит** сред апашите

– **менге** в значение на 'нещо, което е лъжа, измама': диплома **менге**, фирма **менге**, съзиди **менге**, **менге** обсъждане, **менге** родолюбие

– **бум** в значение на 'силен тласък, подъем': **бум** на измамите, **бум** на жалбите, **бум** на търговията, **бум** на сделките, **бум** на депресивните състояния

– **тотален** в значение на 'всеобхватен, цялостен':

Има **тотална** смяна в ръководството на институцията.

Пред очите им се разкри **тотален** хаос.

Ръководството сменя **тотално** концепцията си.

– показателните местоимения **такъв, такава, такова, такива**:

Нито съм получавал заповед, нито съм издавал **такава**.

Те са от онези българи, които винаги са готови да подадат ръка или да поемат **такава**.

Плодови чайове и **такива** с вкус на плод.

– числителното име **един, една, едно**:

Гледахте **един** филм на..., **една** продукция на..., **едно** предаване на...

2. Шаблиони, в които се проявява непознаване на речниковото значение на думата

Твърди се, че общият брой на подадите заявления за паспорти надхвърля 200 души за деня, но точната **цифра** не се съобщава.

Не се отчита какво означава думата **цифра** ('писмен знак за число'), и е употребена вместо думата **число** ('понятие за количество, величина, брой').

За поста на министър **се спряга** името на...

Спрягат се глаголите, а имената се скланят.



◆ Редактиране на стилистичните грешки

Редактирането на стилистичните грешки може да стане по четири начина: чрез **заместване**, чрез **разместване**, чрез **добавяне** или чрез **съкращаване**.

* Редактиране чрез заместване

Експертите нускат предписане в обекта да не се допускат хора.

▶ Експертите издават предписане в обекта да не се допускат хора.

Спалнята е осветена от светлите завивки и пердета.

▶ Спалнята е осветена от цвета на завивките и пердетата.

■

* **Редактиране чрез разместване**
Винаги се вслушвам в съветите на родителите си, защото те са ми опора в живота.

→ Родителите ми са опора в моя живот, затова винаги се вслушвам в съветите им.

Тя облече подарени ѝ от колежите за рождения ѝ ден спортен екип.

→ Тя облече спортния екип, подарен от колежите ѝ за рождения ден.

Развълнувахме се от драматичната ѝ, белязана от много болки и огорчения съдба.

→ Развълнувахме се от драматичната ѝ съдба, белязана от много болки и огорчения.

Подариха ми много красиви картини.

→ Подариха ми картини, които са много красиви.

* **Редактиране чрез добавяне**

Този, който е чел одата, може да забрави вълнуващата картина на сражението при Шипка.

→ Този, който е чел одата, не може да забрави вълнуващата картина на сражението при Шипка.

Той щеше да му обясни мотивите за постъпката си и му поиска съвет. (вече е поискал съвет)

→ Той щеше да му обясни мотивите за постъпката си и да му поиска съвет. (предстои да поиска съвет)

Подариха ми много красиви картини.

→ Подариха ми много на брой красиви картини.

50 000 се явиха на НВО по БЕЛ.

→ 50 000 ученици се явиха на НВО по БЕЛ.

* **Редактиране чрез съкращаване**

Притежаваме голям потенциал и възможности.

→ Притежаваме голям потенциал. / Притежаваме големи възможности.

Момчето е сирак и си няма нито баща, нито майка.

→ Момчето е сирак. / Момчето си няма нито баща, нито майка.

Двамата непознати се срещнаха за първи път.

→ Двамата се срещнаха за първи път.

Гледахте един филм на..., една продукция на..., едно предаване на...

→ Гледахте филма на..., продукцията на..., предаването на...

* Редактиране чрез комбинация от два или повече начина на редактиране

Творбата започва с описание на селското всекидневие в онова време, което не е било никак лесно.

→ В началото на творбата е описано/се описва селското всекидневие, което в онова време не е било никак лесно. (заместване и разместване)

Ще я запомним с всеотдайната ѝ любов към нас и към хората.

→ Ще я запомним с всеотдайната ѝ любов както към нас, нейните близки/роднини, така и към останалите хора. (заместване и добавяне)

Нито съм получавал заповед, нито съм издавал такава.

→ Нито съм получавал, нито съм издавал заповед. (разместване и съкращаване)

Едно дете трудно би разбрало постъпките на възрастните.

→ На всяко дете е трудно да разбере постъпките на възрастните. (добавяне и заместване)

Водата е спряна за известно време и ако се затопли, ще пламне епидемия.

→ Водата е спряна за известен период и ако времето се затопли, ще пламне епидемия. (заместване и добавяне)



Алгоритъм за откриване и редактиране на стилистични грешки

1. стъпка: Текстът, който трябва да се редактира, се прочита внимателно.

2. стъпка: Ако на места при възприемането на смисъла се създава впечатление за неяснота, най-вероятно причината за това е допуснатата стилистична грешка.

3. стъпка: Откриват се думите или изразите, в които е допуснатата стилистична грешка и поради това затрудняват разбирането.

Например: *В семейството на Йордан Герака синовете се скарват помежду си и започват да вземат един от друг. Те решават да разделят цялото богатство на своя баща на части. Отсеченият бор истреи ролята на развързка в композицията на творбата и съответно край на семейната идилия.*

- *в семейството* - излишно уточнение, защото синовете на Йордан Герака са част от семейството му;
- *помежду си* - излишен израз;
- *вземат* - неуместно подбрана многозначна дума;
- *цялото* - излишно определение;

- *на части* - излишно уточнение, защото разделянето винаги е на някакви части;
- *отсеченият бор играе ролята на развързка* - не борът, а самото му отсичане е развързката в повестта;
- *играе ролята* - стилowo неуместен израз;
- липсата на повторно употребен предлог *на* пред съществителното име *край* поражда двусмислица;
- *край* - неуместно употребена дума, която поражда двусмислица.

4. стъпка: Редактиране на текста.

Синовете на Йордан Герака се скарват (редактиране чрез съкращаване и разместване) *и започват да крадат един от друг* (редактиране чрез заместване). *Те решават да разделят богатството на своя баща* (редактиране чрез съкращаване). *Отсичането на бора е развързката в композицията на творбата* (редактиране чрез съкращаване). *То слага край на семейната идилгия* (редактиране чрез добавяне).

5. стъпка: Повторен прочит на редактирания текст с цел проверка.



1. Запишете наименованията на грешките, които се допускат при нарушаването на книжовноезиковите норми.

- Правоговорна норма – _____ грешка
 Правописна норма – _____ грешка
 Пунктуационна норма – _____ грешка
 Граматични норми – _____ грешка
 Лексикална норма – _____ грешка

2. Запишете примери за грешки, породени от нарушаването на различни книжовноезикови норми, и кое е правилото, което е нарушено.

Пример	Вид грешка	Нарушено правило
видели	правописна грешка	правило за променливо я

3. Прочетете изреченията. Открийте стилистичните грешки в тях и определете вида им. Редактирайте грешките и посочете кой вид редакция сте приложили.

Като събирателно произведение на всички задушени от града образи се явява цикълът „Зимни вечери“.

В най-новата ни история и съвремие обаче българите са обхванати от дух на разединение, отричане и незачитане на постиженията си.

Винаги можем да променим направлението на живота си, защото всяка постъпка е наш личен избор.

Творбата „Бай Ганьо“ показва най-лошите страни на един съвременен българин.

Героят на Алеко Константинов е твърде сляп и незрял, за да осъзнае, или поне да се замисли, какво е най-добре за всички, и да се опита да го прояви.

4. Прочетете текстовете и редактирайте допуснатите в тях стилистични грешки.

Текст 1

Одата на Вазов „Опълченците на Шипка“ възхвалява героите, които са спрели турските войски при връх Шипка с много труд, жажда за свободно отечество и силен боен дух. Одата разкрива дълбокия поклон на автора пред загиналите за свободата на България.

Разочарован от следосвобожденската действителност, Вазов влиза в спор с всички, които отричат извоюваната свобода и българските идеали. Основен проблем на следосвобожденската действителност е именно бързо нарастващото самочувствие и мисленето на българина.

Периодът на Възраждането за българите започва през 1762 г., когато Паисий Хилендарски написва „История славянобългарска“ с цел да събуди българския народ от дългогодишния робски сън и да го отърве от робската психика, като му припомни българската история и му покаже колко велик народ е бил. Народът ни е дал азбука, писменост на света, много народи са се страхували от нас. Както всички, така и ние имаме спадове и възходи в нашата история. След „История славянобългарска“ следват действия, които показват развитието на национално самосъзнание, на свободомислие и свободолобие и постепенно загърбване на робската психика.

Самочувствието на българския народ след Освобождението претърпява една градация и от роби се превръщаме в народ, който знае историята си и се гордее с нея. Това, че българинът е съхранил желанието за свобода и независимост и го е възпламенявал отново и отново в нужните моменти, е повод за особена национална гордост.

Текст 2

Свободата е обширна тема, на която човек може да разговаря много. Свободата е способността на човека да избира по какъв път да тръгне – дали по пътя на доброто, или злото. Свободата не може да ни бъде отнета, ако ние не го позволим. Свободата на избора е твърде важна, чрез нея хората могат да осъществят желанията и мечтите си, но зависи какви са те и могат ли да бъдат реализирани, имаме ли възможност да ги реализираме.

Много често под „свобода“ ние разбираме освобождаване от всякакви ангажименти към света около нас, но това е невъзможно. Колкото и свободна да е една личност, тя е длъжна да се съобразява с другите хора и да се държи добре с всички. Тук свободата се явява нравствен ангажимент към околните.

Свободата е недостижима ценност. Не съм съгласна с това твърдение. Свободата не е недостижима, но трудно се постига. Откакто човек се е родил на този свят, той е свободен.

Мислим си, че свободата е недостижима, защото все зависим от други, но това не означава, че не сме свободни. Щом имаме право на собствено мнение, сме свободни.

Ние сме под влиянието на външния свят, но той не е от особено значение, с по-важно значение е нашата душевна свобода и как се чувстваме ние. Не съществува в природата понятието „не съм свободен“, чрез своята душа и мисъл човек е свободен, независимо от света, който го заобикаля.

За мен свободата е да вземам моя страна и да си изразявам мнението, за роба свободата е да получи независимост от господаря си, за която се бори. Свободата в човешкото всекидневие се явява осъзната необходимост.

5. Потърсете в интернет текстове, в които са допуснати стилистични грешки. Подгответе презентация, в която да систематизирате откритите грешки и да предложите вариант за редактирането им.

4

Работа с различни по стил и по жанр текстове с обща тема

- ◇ Етапи на работата по извличане и обработване на информация от текстове с обща тема
 - ◆ *Запознаване с текстовете:*
 - внимателен прочит на текстовете;
 - определяне на предназначението на текстовете и на жанровите им особености;
 - при необходимост – уточняване на значението на непознати думи и изрази.
 - ◆ *Извличане на информация:*
 - определяне на границите на смисловите части, изграждащи текста/текстовете;
 - определяне на микротемите и на ключовите думи и изрази на текста/текстовете;
 - определяне на общата тема на текстовете.
 - ◆ *Обработване на информацията:*
 - осмисляне на информацията от текста/текстовете;
 - обобщаване на фактите;
 - разграничаване на фактите от изразени оценки и мнения;
 - разграничаване на тезата, аргументите и изводите в аргументативен текст;
 - при наличие на поставена задача – целенасочено използване на извлечената информация за успешното ѝ решаване.

Прочетете двата текста и изпълнете задачи 1 – 16.

Текст 1

– **За пръв път в Германия излиза изследване за развитието на българския театър през последните 20 години. Какви трудности срещнахте като редактор?**

– Българският театър до голяма степен не ни беше познат. За съжаление, малко беше писано по темата, особено на немски, затова се постаряхме да говорим с повече театralи, изследователи и журналисти. Изобщо не става дума за трудности, а за любопитство. Бяхме неимоверно любопитни към страната и хората.

– Къде според Вас се намира българският театър на източноевропейската карта?

– Според мен той все още е неоткрито съкровище. Докато страни като Румъния, Унгария, Полша или Естония доста често се появяват с театрални трупи на международни фестивали, за България и до днес се чува малко.

– Какво очаквате от театъра на XXI век?

– Театърът на XXI век трябва да живее от духа на противоречието. Вярвам в жизнеността и силата на театъра и много се надявам, че тази енергия ще се съхрани. Струва си заедно да се борим затова и отвъд националните граници.

– Какво най-общо отличава германския от българския театър?

– В Германия има много програми, които подкрепят свободната сцена – и по този начин смелостта да се експериментира. Много неща изглеждат възможни, защото за тях има публика, която с удоволствие се впуска в експерименти. Имам чувството, че театралните творци в България прекалено много се страхуват от реакцията на публиката и не искат да я предизвикват. Ясно, не е приятно да играеш в празни зали, но вместо да ухажваш публиката, трябва да я съблазняваш, да събуждаш желанието ѝ да получи нов опит в театъра, който е много по-вълнуващ от телевизията. Кой знае, може би повече хора биха отишли на театър, за да потърсят себе си.

Из интернет

Текст 2

Още през Средните векове в България се изпълняват различни обредни игри и драматизирани танци, в които присъстват театрални елементи. От 40-те години на XIX век в училищата започват да се разиграват драматизирани диалози с нравствено-просветителски характер. **Първите** театрални представления, дело на възникналото читалищно движение, се играят през 1856 г. в Шумен. Тези представления са сценична реализация на цяло драматургично произведение и съдържат наченки на режисура, актьорско изкуство, оформление, костюми.

След Освобождението театърът се обособява като самостоятелен институт с определено културно предназначение. В редица статии по онова време се изтъква значението на театралното изкуство за духовното развитие на българина. Наред с други културни институти театърът е необходим като символ на национално самочувствие, опора за национално утвърждаване и за издигане на престижа на нацията. **Първата** театрална тру-

па, получаваща държавна субсидия, започва да функционира през 1883 г. в Пловдив, а през 1888 г. се мести в София. Поради липса на подходящ театрален салон актьорите изграждат със свои средства и труд дъсчена театрална постройка. На това място днес се намира сградата на Народния театър „Иван Вазов“.

През **първите** две десетилетия на XX век театърът укрепва творчески, играе се модерна европейска драматургия, като същевременно се налага и новата българска драма. Постепенно театралната мрежа в страната се разширява – откриват се редица театри в най-големите български градове. Расте професионалното майсторство на актьорите, след като през 1948 г. е основано Държавното висше театрално училище (днес НАТФИЗ). Театърът в наши дни все по-често се обръща и към народопсихологията, търси възстановяването на връзката между фолклорната зрелищност и съвременната театралност, като черпи вдъхновение от образността на народните обичаи и ритуали.

Из интернет

1. Кое заглавие е най-уместно за Текст 1, като имате предвид информацията, вложена в този текст?
 - А) Постановки на български творци – вече на германска сцена
 - Б) Експеримент с български постановки на германска сцена
 - В) Предизвикателствата пред българския театър през XXI век
 - Г) Театралите в България се боят от реакцията на публиката
2. Кои от изброените думи и изрази НЕ може да се определят като ключови за Текст 1? Обосновете устно отговора си.
редактор, български театър, XXI век, противоречие, германски театър, години, празни зали, неоткрито съкровище
3. Открийте грешките в подчертаните изречения и предложете редакции. Обяснете от какъв тип са допуснатите грешки.

4. Какво дава основание да се твърди, че обичуването в Текст 1 е официално? обосновете отговора си.

5. Обяснете със СВОИ ДУМИ защо в Текст 1 германският редактор нарича българския театър *неоткрито съкровище*.

6. Коя от посочените позиции е изразена в Текст 1?

А) Българските театри трябва да са по-уверени в себе си и да не се боят от експерименти.

Б) Българският театър е слабо познат в Германия, защото му липсва достатъчно жизненост.

В) Българските зрители предпочитат да гледат телевизия, вместо да отидат на театър.

Г) Българският театър не бива да се съпоставя с германския, защото е източноевропейски.

7. Изразът *кой знае*, употребен в последното изречение на Текст 1, показва:

А) недоверие

Б) предположение

В) любопитство

Г) констатация

8. Кое заглавие е най-уместно за Текст 2, като имате предвид информацията, вложена в този текст?

А) Народният театър „Иван Вазов“

Б) Българският театър през годините

В) Българският театър и народопсихологията

Г) Театърът като културен институт

9. Кои от изброените думи и изрази НЕ са ключови за Текст 2? обосновете устно отговора си.

български театър, Народният театър „Иван Вазов“, престиж, училища, 40-те години, български постановки, театрални елементи

10. В Текст 2 се твърди, че първите театрални представления в България съдържат наченки на режисура, актьорско изкуство, оформление, костюми, за да се подчертае:

- А) липсата на опит и театрални традиции у нас
- Б) липсата на подходящи театрални салони у нас
- В) желанието да се поставят пиеси на родна сцена
- Г) желанието да се наложи читалищното движение

11. Запишете каква е разликата в значенията, с които е употребено числителното име *първи* във всеки от абзаците на Текст 2.

12. Запишете КРАТКО кое е общото, за което се говори в двата текста.

13. Запишете в съответната колона микротемите на всеки от двата текста.

Текст 1	Текст 2
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

14. Запишете какво е характерно за българския театър в миналото и в нашето съвремие според двата текста.

15. Запишете кои според вас са предимствата и кои – недостатъците на театъра и на телевизията.

Театър	Телевизия
Предимства:	Предимства:
Недостатъци:	Недостатъци:

16. Разтълкувайте думите на Уилям Шекспир. Може да използвате отговорите си, дадени при изпълнението на задача 14.

Да, този свят е сцена,
където всички хора са актьори
и всеки има миг, във който трябва
да влезе и излезе; (...)

Из „Както ви харесва“

Прочетете трите текста и изпълнете задачи 17 – 26.

Текст 3

Преводът е феномен, който отдавна е част от човешката цивилизация и култура и оказва значително влияние върху тях. Благодарение на разпространяването чрез превода културни познания и ценности човечеството е получило голяма част от своята култура и образование – тук бихме могли да си припомним думите на португалския писател Жозе Сарамаго, носител на Нобелова награда за литература, който казва: „Писателите създават националната литература, преводачите създават световната литература“. Преводът е посредник в межкултурната комуникация, поддържа езиковата и културна разнородност, която е все по-ценена стойност, а преводачът създава симбиоза между изходната и целевата култура.

Из „Преводът и неговите предизвикателства“, Елена Крейчова

Текст 4

– Как ви се струва, кой е по-важен за малка култура като нашата – авторите или преводачите, разбирани най-общо?

– Би трябвало да са авторите – те са лицето на малката ни култура пред света и „духовната ни съкровищница“, независимо кой какви съкровища вижда вътре. По силата на някаква езикова и културна логика те би трябвало да са първият избор на българските читатели. Както турците купуват предимно турска литература, а американците – американска. Но нещата не работят точно така. Колкото по-малка е една култура, толкова по-важен е преводът. Авторите у нас са по-важни за това, което сме. Но преводачите са по-важни за това, което знаем, това, което мислим, и това, което искаме да бъдем.

Из интервю с Кристин Димитрова

Текст 5

Културните хора са убедени в ползата от превода. Но малцина от тях се замислят над въпросите какво се превежда, защо се превежда, как се превежда. Преводът – като посредник между два езика, два светогледа, две култури, е граничен опит. Между него и оригинала винаги остава междинна, чието запълване е проблематично. Ала преводът е и място на срещата на два езика, на два светогледа, на две култури. Той поражда вкуса към другото. Чрез него майчиният език получава от чуждия възможност за обновяване, а читателят разширява културния си хоризонт. И тъй като езикът е едновременно продукт на културата и най-важният ѝ елемент, културата печели от добрите преводи и е ощетена от лошите.

Ирена Кръстева

17. Открийте и запишете ключовите думи, които са общи и за трите текста.

18. Запишете КРАТКО общото, за което се говори в трите текста.

19. И в трите текста се коментира темата за:

- А) популярността на преводите
- Б) несъвършенствата на преводите
- В) значимостта на преводите
- Г) предизвикателствата пред преводите

20. Потърсете и запишете аргументи от Текст 4 и Текст 5 в подкрепа на думите на Жозе Сарамаго: *Писателите създават националната литература, преводачите създават световната литература.*

21. В кой текст се изказва и критично отношение спрямо качеството на преводите? Аргументирайте се с цитати.

22. Кое НЕ важи за отношението на превода спрямо културата според трите текста?

А) Обяснява я.

Б) Обогалява я.

В) Развива я.

Г) Популяризира я.

23. С какво значение е употребено определението *малка* в изрече *малка култура* в Текст 4?

24. Предложете свое тълкувание на тезата *Преводът поражда вкуса към другото*, изказана в Текст 4.

25. Защо според Текст 5 културните хора трябва да се замислят над въпросите какво се превежда, защо се превежда, как се превежда?

26. Формулирайте СОБСТВЕНА теза по следната тема.

Българската литература е световна?!

Прочетете трите текста и изпълнете задачи 27 – 37.

Текст 6

...Трудно е да се повярва, че такова затънтено място може да се превърне в сцена на събитие, което да остави отпечатък върху цялата световна история на парите. Вместо просто да извлича среброто от залежите и да го продава, граф Шлик се заел тайно да сече монети, които тогава се наричали грошове. Започнали да ги наричат йоахимщалер от немското название на Яхимов – Йоахимщал. Произведените в Яхимов талери се разпространили по целия свят, като оказали влияние върху названията на много други видове валути. Тъй като се възприело от всички германски държавици и общински управи, името *талер* станало нарицателно за пари въобще.

...Яхимов – понастоящем живописен градец с 2700 жители – е кацнал на един стръмен рид в планинската верига Крушне Хори в Западна Чехия (Бохемия), известна с богатите си залежи на сребро. В самото начало на шестнайсети век Яхимов попада под германско управление, когато цяла Бохемия става част от Свещената Римска империя. Владетели на тази отдалечена и по онова време до голяма степен ненаселена област станали граф Шлик и неговото семейство.

...Названието „долар“ произлиза от немското „талер“ и навлязло в английския език през Шотландия. Между 1567 и 1571 г. крал Джеймс VI издавал монета от трийсет шилинга, която шотландците наричали „долара с мечовете“ поради изображението на гърба на монетата. През 1578 г. се по-

явила и монета с номинал два мерка, известна като „долара с магарешкия бодил“ заради емблемата на Шотландия. Шотландците използвали названието *долар* съзнателно, за да отличават своята валута – и оттам да демонстрират националната си идентичност – от властните съседи на юг. Така със самото си появяване думата *долар* придобила едно до известна степен предизвикателно, антианглийско значение, което шотландските заселници пренесли в Америка и в британските колонии по целия свят.

Из „История на парите от пясъчника до киберпространството“, Джак Уедърфорд (адаптиран текст)

Текст 7

От икономическа гледна точка парите служат като общоприето средство за разплащане между хората в дадено общество или държава. Те се дават и се приемат, като с това се цели осъществяване на определен вид плащане за получаване на конкретна стока, за извършена услуга от някой друг, за разплащане по дълг в дадена страна или даден обществено-икономически контекст.

Появата на парите не зависи от наличието на държавна власт, тя е естествено пазарно явление. Въпреки това държавата често налага монопол върху паричните средства и използването на алтернативни (фалшиви, такива, които не са официални за съответната държавна власт) пари се преследва от закона. Паричното предлагане в дадена страна включва банкнотите и монетите на съответната парична единица, както и депозитите на поискване (*банковите пари*), които често представляват по-голямата част от общото парично предлагане.

Банкнотата е книжен паричен знак, имаш определена парична стойност. Монетата е паричен знак, изработен от метал, най-често е плоска и притежава кръгла форма. Върху едната ѝ страна (лицевата, наречена *аверс*) се поставя символът на суверена (владетеля), държавата или институцията, имащи право да секат монети, а върху другата (задната, наречена *реверс*) обикновено се отбелязва каква стойност притежава монетата. Монетите се използват като разплащателно средство от няколко хилядолетия насам. Причината за това е тяхната голяма устойчивост на външни неблагоприятни влияния.

Известно е, че за пръв път банкноти са били използвани в Китай през VII век, а в Европа това се осъществява чак през XVII век. Употребата на установени парични стойности и печатани банкноти става популярна едва през XVIII век. Повечето банкноти са се изработвали от специален вид хартия, а понякога и от лен, памук или други текстилни тъкани.

Из интернет

Чл. 1. С тази наредба се регламентира контролът върху качеството на банкнотите и монетите в наличното парично обращение и се определят условията и редът за:

1. възпроизвеждане на български банкноти и монети;
2. замяна на повредени български банкноти и монети;
3. задържане, проверка и експертна оценка на банкноти и монети, които пораждат съмнения, че са неистински или преправени;

4. използване на машини за сортиране на банкноти или монети за последваща употреба, наричани по-нататък „машини за сортиране“, машини за самообслужване с банкноти и монети, наричани по-нататък „машини за самообслужване“, и машини за обмяна или размяна на банкноти и монети, наричани по-нататък „машини за обмяна или размяна“. [...]

Чл. 3. Възпроизвеждане на българска банкнота или монета се извършва след писмено съгласие от БНБ.

Чл. 4. (1) Българската народна банка заменя повредени български банкноти и монети, които са законно платежно средство или са извадени от обращение с неизтекъл срок на обмяна.

(2) Банките заменят повредени български банкноти и монети, които са законно платежно средство.

(3) Заменените по ал. 2 повредени български банкноти и монети се предявяват пред БНБ.

Из „Наредба за контрол върху качеството на банкнотите и монетите в налично-паричното обращение“

27. Подредете в правилната последователност абзаците на Текст 6, като имате предвид информацията във всеки от тях. Запишете на празните места в скоби поредния номер на съответния абзац. Аргументирайте решението си.

28. Запишете ключовите думи и изрази, употребени във всеки от текстовете.

Текст 6:

Текст 7:

Текст 8:

29. Запишете кой е общият предмет на общуване за трите текста.
30. В кой абзац на Текст 6 микротемата НЯМА пряко отношение към парите?
31. Запишете микротемата на втория абзац на Текст 6.
32. В Текст 6 и Текст 7 в различна степен се застъпва темата за историята на парите. Запишете КРАТКО кое е различното в представянето ѝ във всеки от текстовете.
33. Срещу всяко твърдение запишете помера на текста, с който е свързано. Аргументирайте отговора си с цитат от съответния текст.
- А) Парите имат свое предназначение. – _____
- Б) Монетите са най-старото платежно средство. – _____
- В) Монетите се изработват от благородни метали. – _____
- Г) Една монета може да се използва по-дълго от една банкнота. – _____
- Д) Необходимо е писмено разрешение за направата на пари. – _____
34. С кои два текста е свързано всяко от твърденията? Аргументирайте се с цитати от текстовете.
- А) Държавата следи за разпространението на фалшиви пари. – _____
- Б) Върху монетите се поставят различни изображения. – _____
- В) Държавата управлява използването на парите. – _____
- Г) Изработването на монети се нарича сечене. – _____
35. Запишете предимствата и недостатъците на монетите и на банкнотите според трите текста.

Предимства

Недостатъци

36. Открийте в трите текста аргументи в подкрепа на твърдението, че парите са преходни.
37. Разгълкувайте думите на Ралф Уолдо Емерсън: *Парите струват доста скъпо.*

5 Интервю за кандидатстване за работа и за обучение

◆ Какво представлява интервюто за кандидатстване за работа или за обучение?

Думата *interview*, ако буквално се преведаг двете съставки, които я изграждат – *inter* и *view*, означава *взаимно оглеждане*. И действително, интервюто дава възможност на работодателя и на кандидата за работа да се срещнат и да добият начална представа един за друг. Най-същественният елемент от интервюто за наемане на работа е събеседването, но е възможно на кандидата да бъдат поставени и някои допълнителни задачи:

- да реши тест за интелигентност;
- да попълни анкетна карта;
- да бъде подложен на тест за установяване на степента на владене на чужд език и т.н.

◆ **Целта на интервюиращия** е в хода на интервюто да добие максимално обективна представа за кандидатите и да подбере между тях този, който е най-подходящ, т.е. който:

- би могъл да се справи успешно с работата, за която кандидатства, или с обучението;
- би проявил упоритост и ентузиазъм;
- би се вписал успешно в работния екип или в академичната общност.

◆ **Целта на кандидата** е в две посоки:

- да се самопредстави в най-добра светлина;
- да прецени дали позицията, за която кандидатства, действително е най-подходящата за него.

Воден от стремежа участието му в интервюто да е успешно, той може да избере представянето му да бъде:

- стратегическо – в този случай се стреми да изгради такава представа за себе си, която да удовлетвори интервюиращия;
- автентично – кандидатът е максимално откровен и не се стреми на всяка цена да се нагоди спрямо очакванията на интервюиращия.

Препоръчителният подход е кандидатът да е искрен и да осъществи автентично самопредставяне, без обаче да принижява достойнствата си и да проявява излишна скромност.



◆ **Преди да се явите на интервю за постъпване на работа или за обучение, имайте предвид следното:**

- * Чрез интервюто с вас представителят на институцията, в която кандидатствате, ще има за цел да разбере какъв е вашият опит и какви са личностните ви качества, имащи значение за позицията, която искате да заемете.
- * Подготовката за интервю при кандидатстване е задължителен етап от пътя ви към желаната позиция.
- * Интервюто при кандидатстване наподобява преговори между вас и интервюиращия за взаимно полезно сътрудничество.
- * Важно е да се представите като човек с добро самочувствие, който ясно осъзнава какви полезни качества и компетентности притежава.
- * Трябва да приемете достойно резултата от вашето кандидатстване, какъвто и да е той.



◆ **Полезни съвети за предварителната ви подготовка, свързана с невербални детайли, които гарантират успешното ви представяне**

- * Помислете за външния си вид – какви да бъдат облеклото и прическата ви, както и останалите детайли от външността ви. Може да направите предварително проучване какъв е стилът на обличане на работещите във фирмата, в която кандидатствате, но няма да сгрешите, ако изберете по-делово или спортно-елегантно облекло.
- * Не пренебрегвайте езика на тялото. Потренирайте пред огледалото усмивката си и как да подадете ръка при ръкостискане. Има значение как ще се здрависате с хората, които ще ви посрещнат – ръката ви трябва да е суха и топла, ръкостискането ви – нито много силно, нито вяло. Подайте ръката си с палеца нагоре. Стремете се стойката ви да е изправена и да гледате хората, с които се здрависвате, в очите.
- * Упражнете се да гледате събеседника си в очите, за да не създавате впечатление, че се притеснявате или отговорите ви не са достатъчно искрени.
- * Представете си предстоящата ситуация и запомнете, че:
 - ако носите сако, трябва да го разкопчаете, когато ви поканят да седнете, а когато станете след края на интервюто, отново трябва да го закопчаете;
 - трябва да седите с прибрани или кръстосани крака;
 - ръцете ви трябва да са встрани от тялото, а не скръстени пред вас, и не бива да жестикулирате прекалено много.
- * Проучете къде се намира мястото на провеждане на интервюто; как ще пътувате до него; къде ще паркирате, ако сте с автомобил – всичко това е важно, за да не закъснеете.

- Приответете предварително всички документи, които трябва да вземете със себе си – автобиография; мотивационно писмо; дипломи и свидетелства, удостоверяващи квалификацията, която имате; препоръки; лист с въпросите, които сте си набелязали предварително.

◆ **Полезни съвети за предварителната ви подготовка, свързана с успешното ви речево поведение по време на интервюто**

- Постарайте се да разберете колкото може повече за институцията, в която кандидатствате – за нейната история; за успехите и перспективите ѝ за развитие; за нейните партньори. Разчитайте не само на общодостъпна информация, но и на информация от хора, които имат лични впечатления за институцията, за избраната от вас позиция, за екипа, към който ще се присъедините.
- Подгответе се за въпросите, които се очаква бъдат отправени към вас и които биха могли да бъдат свързани с:
 - квалификацията ви;
 - личностните ви качества;
 - силните и слабите ви страни;
 - мотивацията ви да кандидатствате за избраната позиция.
- Ако получите поканата за интервюто по телефона, поинтересувайте се в какво ще се състои то – дали ще има единствено събеседване с вас или ще бъдете подложени и на допълнителни тестове и анкети. Поинтересувайте се как се казват интервюиращите – ако се обръщате към тях по име, това ще направи добро впечатление, а и бихте могли да опитате да разберете предварително нещо повече за тях.

◆ **Успешно поведение по време на интервюто при кандидатстване за работа**

- Бъдете ведър, учтив и търпелив.
- В началото на интервюто се представете и не пропускайте да се поинтересувате кой е вашият събеседник, ако той сам не ви се представи.
- Поддържайте зрителен контакт с този, който ви интервюира.
- Изслушвайте внимателно въпросите, които ви задават. Не прекъсвайте интервюиращия, но и не се притеснявайте да си изясните въпроса, който ви е зададен, ако не сте го разбрали добре.
- Отговаряйте по същество и се старайте да не бъдете многословен.
- Не се изкушавайте да скъсявате дистанцията между себе си и този, който ви интервюира, и не се дръжте фамилиарно. Бъдете откровен, но без да споделяте твърде лична информация.

- Ако трябва да потвърдите информация, която не би ви представила в положителна светлина, не отричайте фактите, а се опитайте да пренаточите негативното впечатление, което бихте могли да направите, като изтъкнете свои предимства и постижения.
- Демонстрирайте чувство за достойнство и не допускайте да изглеждате като човек, който предизвиква съжаление.
- Ако имате възможност и вие да зададете въпроси, възползвайте се, но без да прекалявате – не би направило добро впечатление, ако зададете повече от два-три въпроса. Ако кандидатствате за работа, питайте за същността ѝ, но не задавайте въпроса какво ще бъде трудовото ви възнаграждение.
- Поинтересувайте се как ще разберете резултата от интервюто.
- По време на цялото интервю спазвайте правилата на речевия етикет.

◆ **Типове въпроси, които може да ви бъдат зададени**

Имайте предвид, че интервюто за постъпване на работа или за кандидатстване в университет коренно се различава от изпитването в училище, при което всеки въпрос на учителя предполага точно определен правилен отговор. Преди всичко, участието в такова интервю предполага равнопоставеност на участниците, всеки от които има правото да изрази и отстоява собствена гледна точка. Успешното представяне на кандидата за работа зависи не от неговото умение да предвиди „верните“ отговори, а от способността му да бъде интересен събеседник. Ето защо, ако се питате как да отговаряте на въпросите, зададени от интервюиращия, препоръчително е да сте честен и открит. В повечето случаи за интервюиращия е важно не само какво казвате, но и как го правите.

В книгата си „Изкуството и науката на интервюирането“ Мартин Йейт класифицира въпросите, които се задават по време на интервю за наемане на работа или при кандидатстване в университет, по следния начин:

• **Въпроси с фиксиран отговор „да“ или „не“**

Ако ви попитат например дали сте съгласен да пътувате често в командировка, от вас се очаква да отговорите конкретно с „да“ или „не“, а не уклончиво, например: „Ами зависи от дестинацията и от честотата на пътуванията“.

• **Въпроси със свободен отговор**

Те предполагат да изложите отговора си по-пространно, с повече подробности и обяснения. Такъв отговор би трябвало да дадете например, ако ви попитат защо напускате предходната си работа или защо до този момент не сте работили.

- **Въпроси за предходен опит**

Тези въпроси също предполагат свободен отговор, но изискват не общи обяснения, а конкретни примери от професионалната ви биография. Биха могли например да поискат да дадете пример за проявено от вас умение да се справяте с работата в стресова ситуация, като разкажете конкретен случай.

- **Въпроси за отрицателен баланс**

Чрез тези въпроси интервюиращият цели да разбере какви свои недостатъци отчитате. Ако ви попитат например за какво най-често са ви упреждали досега, бъдете конкретен в отговора си, но не навлизайте в подробности.

- **Въпроси за потвърждение на отрицателния баланс**

Тези въпроси имат за цел да разширят информацията за вашите слабости. Интервюиращият ги задава, ако намира за притеснително това, което сте споделили за недостатъците си, и иска да прецени дали те биха се оказали сериозна пречка за успешната ви реализация, или са пренебрежими. В такъв случай той може да ви подкани да разкажете и за друг случай, в който сте проявили споменатите недостатъци.

- **Рефлексивни въпроси**

Целта, с която се задават, е да се направи преход от една към друга тема. Най-често те завършват с клиширани фрази от типа: „не е ли така“, „нали“, „съгласен ли сте с мен“, които провокират рефлексията на кандидата да се съгласи с предложението да се премине например към друга тема.

- **Отчасти верни рефлексивни въпроси**

Чрез тях интервюиращият цели да провокира кандидата, изказвайки частично вярно твърдение под формата на рефлексивен въпрос, например: „Смятам, че и когато човек има сериозни лични проблеми, е по-важно да мисли за служебните си ангажименти. Не е ли така?“. Ако кандидатът не помисли и избърза да се съгласи с интервюиращия, това ще създаде впечатлението, че той просто иска да се нагоди към бъдещия си работодател и не е искрен.

- **„Огледални“ твърдения**

Това са твърдения, които вие сте изразили, а интервюиращият ги повтаря и прави пауза, която за вас е знак, че се очаква да добавите още подробности по темата. Ако сте споделили, че напускате предходната си работа заради липса на възможност за карьерно развитие, интервюиращият може да използва огледално твърдение: „Казвате, че на предишната си работа не сте имали възможност за успешно карьерно развитие, така ли?“.

- **„Заредени“ въпроси**

Подобно на заредено оръжие, тези въпроси са опасни, защото трудно може да бъде даден еднозначен отговор, който не подлежи на оспорване.

Интервюиращият може да ви попита например как бихте постъпили, ако работодателят ви се отнесе несправедливо с вас – бихте ли приели примирено неправдата, или бихте ѝ се противопоставили. И в единия, и в другия случай ще има за какво да бъдете упреknат.

★ **Напластяване на въпроси**

Този подход се използва, ако интервюиращият иска да си изясни даден от вас отговор. В такава ситуация той отправя към вас множество въпроси от различен тип. Ако например сте изтъкнали като свое предимство уменията да разрешавате успешно спорове в конфликтни ситуации, съвсем естествено ще последват въпросите „как“, „при какви конфликти“, „какви спорове“, „кога“ и т.н.



◆ Макар да е трудно да се предвидят всички въпроси, на които ще трябва да отговорите по време на интервюто, в хода му обикновено интервюиращият очаква да разбере отговорите на няколко важни въпроса:

★ **Какво можете да разкажете за себе си?**

Подканата да разкажете за себе си, ви дава отлична възможност, ако предварително сте се подготвили, да се представите във възможно най-добра светлина – като дисциплиниран и отговорен човек, който проявява толерантност към другите и се велушва в това, което те казват. Себепредставянето ви трябва да бъде с акцент върху качествата, имащи пряко отношение към позицията, за която кандидатствате. Не се увличайте в детайли от личния си живот, а споделете практическия си опит и онези свои знания и умения, които преценявате, че ще са полезни за работата, за която кандидатствате. Може например да вмъкнете в представянето си самооценка, изразена така:

- Отнасям се към възложената работа отговорно, лесно усвоявам нови знания в процеса на обучение и определено съм дисциплиниран човек.
- Мога и искам да работя на тази позиция, защото самата работа ми е интересна.

★ **Какви въпроси имате?**

Този въпрос може да бъде отправен към вас още в самото начало на интервюто. Затова единственото, което може да ви помогне да дадете смислен отговор, е предварителната ви подготовка. Подгответе списък с въпроси, така че в хода на разговора с този, който ви интервюира, в зависимост от контекста да зададете част от тях. Не е препоръчително да зададете повече от три равнопоставени въпроса, освен ако в хода на интервюто не се окаже необходимо да питате за още принципишни положения и детайли.

★ **Защо сте се спрели на тази позиция/на тази фирма?**

В отговор на този въпрос приведете сериозни доводи, свързани например с желанието ви да приложите на практика знанията и професионалните си умения; с възможността за кариерно развитие; с интереса ви към екипа, с който ще работите, и т.н. Може да включите в отговора си реплики от типа: „Виждам във вашата фирма перспективи за личностното и професионалното си развитие“; „Бих искал да приложа на практика знанията и уменията, които имам, а едновременно с това – да натрупам професионален опит“.

★ **Кандидатствали ли сте и на други места и имате ли покана за работа?**

Ако сте кандидатствали и на други места и имате предложения за работа, не крийте това. Напротив – фактът, че още някой е готов да ви наеме на работа, само ще увеличи интереса към вас и шанса ви да успеете.

★ **Няма ли ненормираният работен ден и честите пътувания (ако позицията, избрана от вас, ги налага) да попречат на личния ви живот?**

Този въпрос най-често се задава на жени. Категорично отговорете отрицателно.

★ **Кои са вашите силни страни?**

На първо място, изтъкнете тези свои качества, които имат пряко отношение към работата, за която кандидатствате.

★ **Кои са вашите слаби страни?**

Зад този въпрос се крие желанието на бъдещия ви работодател да разбере в каква степен ви е присъща откритостта, доколко сте уверен в себе си и можете ли спокойно да отговаряте на неудобни въпроси. Затова помислете какви истински недостатъци сте склонен да проявявате, и кажете истината. Отговаряйки, се постарайте не просто да признаете своите недостатъци, но и да изтъкнете достойнства, които биха ги компенсирали.

★ **Защо искате да заемете тази позиция и защо си струва да ви наемем?**

Това са въпросите, чиито отговори в най-голяма степен биха ви помогнали да привлечете вниманието на интервюиращия и да спечелите неговото доверие. За целта обаче трябва предварително да се подготвите.

★ **Имали ли сте някакви неуспехи?**

Ще сгрешите, ако се опитвате да убедите интервюиращия, че животът ви е низ от успехи. Имайте предвид, че за работодателя ви не е важно да изброите поредица от ситуации, в които мислите, че сте се провалили, а това какво оценявате като неуспех, можете ли да говорите за преживени от вас несполуки, и най-важното – как сте успели да преодолеете такива моменти от живота си и какъв опит сте почерпали от тях.

★ **Защо сте напуснали предишната си работа?**

Ако сте напуснали предишната си работа заради някакви конфликти, не говорете за това. Не критикувайте бившия си ръководител или работодателя. Дори ако интервюиращият знае, че сте били в конфликтна ситуация,

не навлизайте в детайли и дайте да се разбере, че става дума за частен случай в професионалната ви биография, свързан с особени обстоятелства. Отклонете вниманието от този случай, като посочите положителния си опит от предходната работа – изграждането на професионални навици, опита си за работа в екип, създаването на контакти и т.н.

*** Защо искате да смените работата си?**

Този въпрос се задава на кандидати, които в момента на интервюто работят на друго място. В отговор може да изтъкнете, че по ваше мнение на настоящото място са изчерпани възможностите за професионалното ви израстване и че не бихте искали да спирате развитието си.

*** Как си представяте себе си след пет години?**

Този въпрос е свързан не толкова с интерес към вашата представа за личното ви кариерно развитие, колкото с уменията ви да мислите перспективно, да си поставяте цели и да се стремите към постигането им. От отговора ви ще проличи и какво е вашето отношение към професията, която възнамерявате да упражнявате, и дали за вас е ценна именно тя, или на преден план е желанието ви на всяка цена да изградите успешна кариера. Подходящо е, без да се впускате в подробности, да подчертаете, че бихте искали да работите в същата фирма, но на по-висока позиция.

*** Какъв е вашият опит?**

Дори ако за първи път кандидатствате за работа, може да посочите като опит различни свои обществени активности – участия в проекти, в доброволчески инициативи и т.н.

*** Какво трудово възнаграждение очаквате?**

Опитайте се да отклоните този въпрос, като посочите, че не намирате за редно той да бъде обсъждан с предимство. Ако все пак интервюиращият настоява да отговорите конкретно, посочете сума, която действително ви удовлетворява, но е съизмерима с възможностите и наличните практики във фирмата, в която кандидатствате. Ако нямате предварителна информация, не занижавайте очакванията си, а изтъкнете своята готовност да продължите обсъждането на този въпрос след по-подробното си запознаване със съдържанието на работата и условията на труд. В отговора си може да използвате реплики от типа: „Предполагам, че заплащането ми няма да е по-ниско от средното за вашето предприятие“; „Заплата в съответствие с приетото от вас щатно разписание би ме удовлетворило“; „Надявам се на възнаграждение, съответстващо на обема и естеството на работата“.

*** Какво още бихте искали да разберете?**

Никога не казвайте, че нямате въпроси. Помислете предварително какво бихте могли да попитате с оглед на онези страни на бъдещата ви работа, които са останали недостатъчно изяснени. Не пропускайте да благодарите за дадената ви в отговор информация.

* **Какво бихте променили, ако постъпите на желаната работа**

Този въпрос се задава често на кандидатите за мениджърски позиции и за административна работа. Би било добре, ако и вие кандидатствате за такава длъжност и трябва да отговорите на този въпрос, да демонстрирате познание на подобни ситуации и умения за проява на инициативност. Проявете обаче умереност и не давайте заявки, че сте с намерение да преобърнете досегашния ред. Не изявявайте амбицията на всяка цена да правите промени, ако не познавате добре ситуацията във фирмата, в която кандидатствате.

* **Как бихте характеризирали личния си живот**

Този въпрос цели не толкова да бъдат разкрити интимни подробности от личния ви живот, колкото да стане ясно каква е границата, до която сте способен да допуснете непознат човек до личния си живот, доколко ви е присъща откритостта, и ако не искате да споделяте подробности от по-интимен характер, можете ли да отклоните интереса към тях достатъчно деликатно.

Наред с тези най-често задавани въпроси интервюиращият може да ви изненада с неочакван въпрос от типа: „Какво правихте днес до идването си на интервюто?“. Помислете как отговорът ви да добави актив в полза на кандидатурата ви.

◇ **Поведението ви след интервюто**

След интервюто може да попитате интервюиращия какви са неговите впечатления от вашето представяне – какво му е направило добро впечатление и какво би ви препоръчал да имате предвид при следващи интервюта.

Ако са ви обещали да ви информират за резултата от вашето кандидатстване по телефона, и отговорът се бави твърде дълго, не се притеснявайте да се свържете с фирмата – ако узнаете, че не сте получили одобрение за желаната позиция, ще може да продължите да търсите нови възможности за работа. Не е изключено и това ваше позвъняване да накара бъдещия ви работодател да преодолее своите колебания при избора на кандидат именно във ваша полза.

◆ **Качества, които дават предимство при кандидатстване за работа:**

- * знания, опит, трудови навици;
- * специализирано образование;
- * компютърна грамотност;
- * способност за бързо усвояване на нови знания;
- * комуникативност;

- * инициативност;
- * дисциплинираност;
- * аналитичност и перспективно мислене;
- * самоконтрол;
- * упоритост;
- * стремеж към професионално израстване;
- * дружелюбно отношение към другите и тактичност;
- * умения за работа в екип;
- * адаптивност;
- * енергичност и ентузиазъм;
- * издръжливост;
- * устойчивост на стрес;
- * чувство за хумор;
- * лоялност.



1. Вероятно ви предстои кандидатстване в университет. Представете си, че според изискванията трябва да се явите на интервю. Подгответе отговорите си на следните въпроси и ги представете пред своите съученици.
 - Какво ще разкажете за себе си?
 - Защо сте избрали да кандидатствате в този университет?
 - Кои са вашите силни страни?
 - Кои са вашите слаби страни?
 - Какви са вашите най-големи успехи?
 - Какви неуспехи сте преживели?
 - Какъв е опитът ви за работа в екип?
 - Как си представяте себе си след пет години?
 - Какво бихте искали да разберете за избора от вас университет?
2. Обяснете разликата между стратегическото и автентичното самопредставяне по време на интервю за кандидатстване на работа или в учебно заведение. Кой от двата подхода бихте избрали? Мотивирайте избора си.
3. Разиграйте ситуация, близка до реалната ситуация на интервю за кандидатстване за работа. Разделете се на два екипа. Нека всеки от екипите изготви списък с въпроси за интервюто. Изберете чрез жребий кой екип ще задава своите въпроси първи, и кой – втори. След това се поставете последователно в ролята на интервюиращи и в ролята на интервюирани.

6 Мотивационно писмо

◇ **Официално-делови стил** – функционален стил, с чиито средства протича общуването в деловата и в административната сфера.

◆ **Деловото (служебното) общуване** между гражданите и институциите се реализира чрез система от стандартизирани текстове, които могат да бъдат няколко типа:

- * **Информативни:** удостоверения, уверения, пълномощни, служебни бележки, разписки, служебни (делови) писма, служебни отчети, служебни доклади и др.
 - * **Аргументативни:** заявление (молба), оферта, рекламация, жалба.
 - * **Нормативни:** заповед; закони, решения и актове на Народното събрание; укази на държавния глава; актове на Министерския съвет; различни ведомствени актове (наредби, правилници, заповеди, нареждания, решения). Конституцията на Република България е най-висшият нормативен документ.
 - * **Протоколни:** меморандум, акредитивни писма, международни договори.
- От текстовете, чрез които протича деловото общуване, досега сте се запознали с особеностите на някои видове делови писма, на заявлението (молбата) и на автобиографията.

◆ Официално-деловите писмени текстове се определят с общото название **документи**. Документите се изготвят по определени **стандарт** или модели и включват определени елементи (раздели), наречени **реквизити**. Стандартизиращият формат улеснява както подготовката на документа, така и бързото и адекватно възприемане на представената информация.

◆ Заявлението и автобиографията са **лични** делови документи. Към тази група документи се отнася и мотивационното писмо.

◆ **Мотивационното писмо** е част от документите при кандидатстване за работа, стаж или практика, както и за обучение.

- 
- ◇ Документите при кандидатстване за работа са:
 - ◆ *Мотивационно писмо;*
 - ◆ *Автобиография (CV, сиви);*
 - ◆ *Препоръка (не е задължителна част от пакета документи; ако е необходимо да се представи и такъв документ, това се посочва в обявата за работа).*
 - ◇ Основните документи при кандидатстване за обучение са:
 - ◆ *Диплома за средно образование за кандидатите, които вече са завършили, или академична справка за учениците от 12. клас, с оценки и хорариум (изучавани предмети и брой часове) от 9. до първия срок на 12. клас;*
 - ◆ *Мотивационно писмо;*
 - ◆ *Препоръка от преподавател;*
 - ◆ *При кандидатстване за обучение в чужбина се изисква и официален документ за владеене на чужд език (езика на страната или езика на обучението).*

◇ **Мотивационното писмо** е писмен текст, който придружава автобиографията на кандидата. С него се дава допълнителна информация за качествата на кандидата, за неговите умения и опит с оглед на позицията, за която кандидатства.

Мотивационното писмо се изготвя по определен стандарт. Информацията в него трябва да е структурирана така, че да открий кандидата сред останалите, да привлече вниманието на тези, които правят подбор на кандидатите, именно към тази кандидатура.

Работодателите (менеджърите по подбор на кадри) използват информацията от мотивационното писмо, за да преценят кои кандидати да поканят на интервю за работа или на събеседване.



◆ Мотивационното писмо е документ с фиксиран обем от една страница. В отделните части на текста (абзаци/параграфи) се представя точно определена информация:

- Първи абзац – съдържа информация как кандидатът е научил за свободната позиция или за курсовете, за които кандидатства: от обява в медия – посочват се дата, брой и страница на изданието; от трудова борса; от онлайн информация; кариерни центрове и др.
- Втори абзац – съдържа мотиви за кандидатстване, които може да са свързани с:

- мястото на съответната бизнес организация в даден бранш; с управлението ѝ; с условията на труд; с възможностите за кариерно развитие и др., ако мотивационното писмо е за кандидатстване за работа;
- престижната позиция и доказания професионализъм на обучителната институция (колеж, университет, образователен център), ако мотивационното писмо е за кандидатстване в университет.
- * Трети абзац – съдържа:
 - аргументи и доказателства за квалификация и опит, заради които кандидатът смята, че е подходящ за съответната позиция или за образователната институция;
 - информация за образование; допълнителни квалификации; владее на чужди езици; компютърна/дигитална компетентност; участия в обучителни програми или практики; клубове, кръжоци, конкурси и други изяви, доказващи знания и умения в областта, в която работи фирмата или в която желае да се обучава кандидатът;
 - информация за професионален опит или стаж в същата област или в сходни области.
- * Четвърти абзац – съдържа информация за личностните качества, чрез които кандидатът може да допринесе за развитието на фирмата или да се включи пълноценно в академичния живот: толерантност, лоялност, адаптивност; отговорност и уважение към корпоративните или академичните ценности и т.н.
- ◆ Информацията за качества, уменията и опита на кандидата трябва да е подбрана целенасочено, за да докаже аргументирано, че кандидатът отговаря на всички изисквания, посочени в обявата за работа или за обучение. Преди да пристъпи към написване на мотивационното писмо, кандидатът трябва да направи задълбочена обективна оценка на собствените си качества, за да прецени дали е подходящ за мястото, за което кандидатства.
- ◆ Мотивационното писмо се изготвя според изискванията на писмената делова комуникация. Текстът следва езиковите особености на официално-деловия стил. Спазването на правописните и пунктуационните норми е задължително.
- ◆ Структура на мотивационното писмо – съдържа следните задължителни елементи:
 - * Име и адрес на фирмата/университета/колежа, където се кандидатства;
 - * Име, адрес, телефон, имейл на кандидата (тази информация може да се разположи и в края на писмото, след подписа на кандидата);
 - * Обръщение;

- * Информация откъде е намерена обявата за свободната позиция или за предлаганите възможности за обучение;
- * Информация какво знае кандидатът за бизнес организацията, за университета или колежа;
- * Информация и аргументи за подходящо образование и квалификации, за професионален опит;
- * Информация и аргументи за предимствата на кандидата;
- * Учтиви заключителни изрази, адресирани към оценяващите;
- * Населено място и дата;
- * Подпис на кандидата.

◆ Образец за структурно-композиционно оформяне на мотивационно писмо

До
 Г-н (Г-жа) _____

 (длъжност)

 (фирма)

 (град)

Уважаеми господин/Уважаема госпожо _____
 (длъжност или фамилия),

С настоящото бих желал(а) да кандидатствам за длъжността _____
 по обявата, публикувана в _____

(информация за фирмата/университета/колежа; с какво предизвиква интереса ви към позицията, за която кандидатствате)

(информация за вашето образование, квалификация и опит; защо смятате, че сте подходящият кандидат за тази позиция или за този университет)

(информация за ваши лични качества и умения; с какво и как ще допринесете за дейността на компанията или за престижа на университета)

Ще Ви бъда благодарен/на, ако разгледате моята кандидатура, и ще се радвам на възможността да обсъдим опита и плановете ми за развитие.
 С уважение,

(Подпис)

(населено място; дата)

(име и фамилия на кандидата; адрес; телефон; имейл)

Приложение:

1. Автобиография;
2. Препоръки (ако има).

◆ Указания за езика на мотивационното писмо

Структурен елемент	Уместни изрази	Неподходящи изрази
1	2	3
Информация откъде е намерена обявата за свободната позиция	<i>Информирах се за свободната позиция от сайта на Вашия хотел...</i>	<i>Научих от интернет за свободната длъжност. Видях обявата в интернет.</i>
Информация какво знае кандидатът за бизнес организацията	<i>Вашият хотел е част от известна верига. Той се ползва с престиж сред деловите среди и е известен с добри условия на труд.</i>	<i>Разгледах сайта и разбрах, че сте голяма компания, в която искам да работя. От приятели научих, че заплащането е много добро.</i>
Информация и аргументи за подходящо образование и квалификации	<i>Владея английски език – ниво C1, и френски език – ниво B2.</i>	<i>Знам говоримо и писмено английски и френски. Мога да говоря английски и френски.</i>
Информация за професионален опит, аргументи за предимствата на кандидата	<i>Работата ми като рецепционист в три- и четиризвездни хотели през последните три години е доказателство за опит в хотелиерския бизнес. Имам тригодишен опит като рецепционист в хотел ХХХ.</i>	<i>Работил съм в сферата три години. Помагах на родителите си в семейния ни хотел. Предприемчив и находчив съм. Харесвам хотелиерския бизнес.</i>

1	2	3
Информация и аргументи за психологически предимства	<i>Мога да работя като рецепционист в четиризвезден хотел, тъй като съм толерантен, съобразителен и умея да работя в динамична среда и в екип.</i>	<i>Имам търпение. Работя усърдно. Справям се със стресови ситуации. Умея да работя в екип. Харесвам предизвикателствата.</i>
Учтиви изрази и фрази	<i>Благодаря за отделното внимание. Уверен съм, че по време на интервюто ще мога да се представя убедително...</i>	<i>За контакт се свържете с мен на тел. ... или във фейсбук Очаквам да ми се обадите скоро.</i>

И. Мавродиева, М. Гешева, „Бизнес комуникации“

1. Прочетете следното мотивационно писмо за кандидатстване за работа. Направете изводи кои от препоръките, представени в урока, са спазени. Ако смятате, че се налагат редакции, предложете какво и как да се редактира, като се мотивирате.

До
 Директора
 на Отдел „Човешки ресурси“
 „Зора-34“ ООД
 гр. София

10 септември 2020 г.
 гр. София

Уважаеми г-н/г-жо Директор,

С настоящото писмо бих искал да кандидатствам по обявата за длъжността Ръководител на Отдел „Продажби“ (Ref. 61/ТХ), публикувана в сайт за обяви за работа.

Вашата обява предизвика интереса ми, защото е в област, в която планирам да се развивам. Имам две години опит в областта на директните продажби. През това време, освен чисто професионалните познания, при-

добих опит в работата с клиенти и умения бързо да извличам информация за техните потребности, за да им съдействам при дефинирането на техните нужди. Досега съм участвал в целия търговски процес, от директни продажби и привличане на нови клиенти до създаване и развитие на дистрибуторски мрежи.

По време на работата ми до момента са ми били възлагани задания с увеличаващ се обем на отговорностите, посредством които имах възможността да усъвършенствам организационните, управленските и комуникативните си умения. Професионалният ми опит и личните ми качества ми дават основание да смятам, че бих могъл да отговоря на високите стандарти за качество, изисквани от Вашата организация. Привличат ме разнообразието от дейности, иновативните решения и динамиката на работата във Вашата фирма, която изисква непрекъснато повишаване на знанията и разширяване на уменията. Тъй като съм в началото на професионалната си кариера, искам да се запозная с нови начини на работа и да работя в екипи, в които бих могъл да разширя познанията си. Търся възможност да работя за организация, в която има високи стандарти на работа и истински професионализъм.

Професионалните ми квалификации и разнообразният ми опит ми дават основание да вярвам, че бих могъл да допринеса за постигането на целите на Вашата компания, в случай че ми бъде предоставена възможност да се присъединя към Вашия екип от професионалисти.

Ще се радвам да обсъдим моя професионален опит и бъдещи планове. Очаквам възможността да ги представя лично пред Вас.

С уважение,

Димитър Петров
жк „Младост“ 10, бл. 444
София III
Тел: +359 XXXXXXXXX
Имейл: d.dimitrov@XXXXX

Приложение:

1. Автобиография.

*Използвани са материали
от интернет.*

2. Потърсете модели за мотивационно писмо за работа. Разгледайте ги и направете изводи за предпочитаните модели в структурно и в съдържателно отношение. Би било добре да се консултирате с действащи специалисти по подбор на кадри, за да почерпите опит от реалната практика.
3. В популярен сайт е публикуван следният текст за това как да подготвим добро мотивационно писмо:

Написването на добро мотивационно писмо може да се превърне в истинско мъчение, особено за хора, които не се справят много добре с есеистичния стил. Ще се опитаме да Ви помогнем, като Ви дадем насоки какво е добре да има или да няма в едно прилично мотивационно писмо.

Като начало, не използвайте стандартните шаблонни модели на писма, които може да намерите в интернет. Ще си проличи веднага, че не сте вложили нищо от себе си, освен името и датата, и това ще направи лошо впечатление.

От друга страна, не преразказвайте автобиографията си, тя така или иначе ще бъде приложена. Постарайте се да изтъкнете тези свои качества, за които сте убеден, че ще са от полза на бъдещия ви работодател и са подходящи за желаната от вас позиция.

Не прекалявайте със суперлативите за скромната си особа и употребата на думата „аз“. Наблегнете повече на компанията, в която кандидатствате, отколкото на себе си. Постарайте се да си проличи, че сте написали мотивационното писмо специално за тази фирма.

Ограничете обема на писмото до една печатна страница и четири абзаца. В последните едно-две изречения посочете колко сте развълнуван от възможността да работите точно за тази компания, и благодарете за отделеното внимание на вашата кандидатура, като тактично споменете, че ще очаквате да се свържат с вас.

Прегледайте внимателно готовото писмо, прочетете го няколко пъти и дори помолете ваш приятел или роднина да го погледне. В него не бива да има каквито и да било грешки – правописни, пунктуационни или подобни. Всяко отклонение или грешка ще сигнализира мигновено за липса на отношение към детайлите.

Споделяте ли мненията на авторите на текста за използването на готови материали от интернет?

С коя от препоръките ще се съобразите при писането на мотивационно писмо и коя бихте пренебрегнали? Мотивирайте отговорите си.

Достатъчни ли са според вас тези препоръки за подготовката на добро мотивационно писмо? Ако отговорът ви е отрицателен, как бихте допълнили списъка?

Прочетете текста и изпълнете задачи 4 и 5, свързани с него.

За разлика от българските университети, където се кандидатства само по среден успех, матури и/или приемни изпити, навсякъде по света основна част, определяща избора на подходящ кандидат за дадена специалност, е мотивационното писмо. Колкото и абсурдно да ви се струва, именно мотивационното писмо е отличителният фактор на всеки кандидатстващ, който го разграничава от всички останали кандидат-студенти и може да го представи в по-добра светлина от тях. Предполагаме, сте наясно, че за дадена специалност в 10-те най-добри университета в света кандидатстват поне 10 000 – 15 000 души и поне 60 – 70% от тях са с отлични дипломи, медали от олимпиади и други награди. Това означава, че ако тези университети приемаха само по успех, би трябвало да одобряват около 5000 – 7000 кандидати безусловно, тъй като имат еднакви профили, нали така?

Точно затова мотивационното писмо може да бъде вашият най-добър аргумент, който не само да ви отличи от масата отличници, но и да ви изстреля преди кандидати, чийто среден успех е с няколко стотни по-висок от вашия. От друга страна, доста от отличниците в България не осъзнават важността на мотивационното писмо и смятат, че отличният успех от училище е достатъчен да им осигури място в престижен университет в чужбина. Това е и една от основните грешки при кандидатстване – написването на „нещо като мотивационно писмо“ в последния момент. Учениците, които оставят тази задача за последния ден от кандидатстването си, не са наясно, че в различните държави и университети чрез мотивационното писмо и препоръките се оценяват около 50 – 70% от показателите за прием. Този документ се оказва по-важна част дори от оценките, а понякога и от знанията по чужд език. С други думи, мотивационното писмо е камъчето, което може да обърне каруцата.

Мотивационното писмо за кандидатстване в университет доста се различава от това за работа. Първото нещо, което трябва да уточните, преди да започнете да го пишете, е дали ладеният университет е поставил ограничения по отношение на дължината на писмото. Ако съществуват такива ограничения, е добре да се съобразите с тях. Препоръчително е да си съставите план за това какво ще включват отделните абзаци на писмото, за да избегнете повторенията или да не забравите нещо важно.

Трябва да наблегнете на мотивите си за избора на този университет, защо кандидатствате в тази специалност и как тази възможност за обучение ще допринесе за бъдещото ви развитие. Покажете или най-добре докажете с примери от състезания, олимпиади, конкурси и други извънкласни дейности потенциала си и посочете как точно университетът ще ви помогне да го развиете, ако ви приема в тази специалност. Може да допълните

писмото с информация за личните си амбиции и планове за професионално развитие или да посочите как обучението в тази специалност ще спомогне за успешната ви интеграция в обществото в личен и в професионален аспект. В заключението споменете какво ще дадете от себе си като усилия и инициативност, за да станете отличен студент и да допринесете за доброто име на съответната образователна институция.

Из интернет

4. Сравнете информацията от мотивационните писма за работа в урока и в задача 1, от една страна, и препоръките от текста – от друга. Посочете по какво се различават в съдържателен план мотивационното писмо за работа и това за обучение.
5. Потърсете на сайтовете на различни университети в интернет какви са изискванията за написване на мотивационно писмо. Сравнете откритата от вас информация и преценете кой университет е подходящ за вас с оглед на вашето образование, опит и интереси. Подгответе мотивационно писмо за кандидатстване в този университет.

7 Библиография



- ◇ **Научният стил** се използва в писмените и устните текстове, чрез които протича общуването в научната сфера, например при написването на книги (монографии), студии, научни статии, при изнасянето на доклади на научни конференции и др.
- ◇ Основната цел на текстовете в научния стил е предаване на обективна информация чрез представяне на научни знания, проверка на хипотези, формулиране на закономерности, изясняване на понятия, запознаване с наблюдения и анализи, формулиране на изводи.
- ◇ Научните текстове, подобно на административно-деловите документи, се отличават с висока степен на стандартизираност в структурно отношение. Научната статия например започва с резюме (абстракт) на съдържанието, последвано от ключови думи, а в края на текста трябва да присъства раздел, представящ изводите и заключенията от проведените наблюдения или анализи.
- ◇ Задължителен елемент в структурата на научния текст е библиографията.



- ◆ **Библиографията** е списък, включващ всички източници на информация (книги, публикации в списания и вестници, речници, справочници, публикации в интернет, електронни ресурси и др.), които са използвани при написването на научен текст. В списъка се изреждат заглавията на текстовете и имената на авторите им. Подреждането най-често е по азбучен ред според фамилното име на автора или първата дума от заглавието на използваното произведение. Възможно е оформяне на списъка и по годините на издаване на текстовете, т.е. на хронологичен принцип. В някои области на науката се предпочита подреждане на библиографията по номера.
- Чрез библиографията, представяйки използваните научни текстове, авторът показва, че е проучил надеждни източници на информация по темата на публикацията си. Така се демонстрира научна осведоменост и се гарантира обективност на изложението. Чрез сравнение на проуч-

ванията до момента и направеното от автора се откроява новото знание, което е важно за развитието на съответната наука.

- * Когато читателите се запознаят с библиографията към научния текст, те добиват представа за осведомеността на автора по темата, която се разглежда, и оценяват до каква степен той следва традицията и в какво се изразява неговият личен принос. От списъка с източници, включен в научния текст, читателите могат да научат за нови заглавия и за автори, които пишат по въпроса, и така да обогатят собствената си библиографска осведоменост. В този смисъл терминът *библиография* освен списък с използвана литература може да означава и списък с литература, материали по определен въпрос, например библиография за даден автор, библиография по определена тема от учебната програма, по даден предмет и т.н.

Терминът *библиография* е от гръцки произход (*βιβλιογραφία*, *βιβλιο* – книга, и *γράφω* – пиша). Предполага се, че думата е използвана от древните гръци първо със значение 'писане на книги', а по-късно – 'преписване на книги'. През XII век започва да се използва за различните проучвателски дейности при съставянето на книги. Съвременното значение 'начин за описание на книги' се налага през XVIII век във Франция.

Освен списък със заглавия на книги, статии, карти, нотни издания и др. с термина *библиография* се назовава и научно-практическата област на изработването на информация за библиографските източници (описание на книгите, каталогизиране на библиотечните фондове и др.), както и предоставянето на тази информация на потребителите под формата на библиографски указатели, информационни бюлетени, препоръчителни списъци и др. С тези дейности се занимават библиотекарите и библиографите.

◆ Библиографията като част от научния текст се разполага в края на публикацията, след основния текст. Тя може да бъде назована по различен начин:

- * Цитирана литература // Цитирани източници – в списъка се включват само заглавия на произведения, от които има цитати в основния текст;
- * Библиография // Литература // Източници – в списъка са венчки тексто-

ве, проучени от автора – и цитираните, и такива, от които няма преки позовавания в основния текст.

- ◆ В библиографския списък се включват стандартни данни:
 - * име на автора на цитирания или използвания текст;
 - * заглавие на текста;
 - * година на издаване;
 - * място на публикуване;
 - * име на издателството.

За статии в списания не се посочват място и издател, а се дава информация за номера на броя/книжката на списанието и за страниците, на които се намира съответната публикация.

- ◆ В библиографския списък по различен начин се изписват данните за книги с един или няколко автори, за статии в научни списания, за публикации в сборници, за източници от интернет.

- ◆ Подреждането на данните в библиографията към научни текстове, както и графичното оформяне на списъка се правят според определени стандарти. За нашата страна това е *БДС ISO 690:2011 Библиографско цитиране*. Указания за начините, по които се прави библиографското описание, има и в *Официалния правописен речник на българския език*. Наред с това обаче отделните научни издания или издателства може да предлагат конкретни изисквания към авторите за библиографията.

- ◆ В международните научни издания се прилагат различни конвенции, например *APA Style (American Psychological Association Style)*; а също и разработеният от издателството на Университета в Чикаго *Chicago Manual of Style*; *CBE Style (Council of Biology Editors Style)*. Първоначално някои от тези справочници се използват за публикации в определена научна област, но постепенно започват да се прилагат и извън нея. Така се постигат стандартизираност в научното писане и съпоставимост на данните в международното научно общуване.

1. Разгледайте таблица 1 и сравнете данните за оформяне на библиография според двата представени стандарта. Посочете по какво се различават.

Таблица 1

БДС	АРА
<p>Бонева, Леопора. Музейните изложби, Пространство-Колекции-Публика. София: Сдружение „Кръг Будител“, 2007, 211 с.</p>	<p>Бонева, Л., (2007). Музейните изложби, Пространство-Колекции-Публика. София: Сдружение „Кръг Будител“.</p>
<p>Кьосева, Цветана. Проблемът за посетителите и непосетителите в светлината на музейния маркетинг (из опита на проекта ЕМЕЕ). Известия на НИМ, Т. 27. София: Уникарт, 2015, с. 259 – 284.</p>	<p>Кьосева, Цв., (2015). Проблемът за посетителите и непосетителите в светлината на музейния маркетинг (из опита на проекта ЕМЕЕ). Известия на НИМ, Т. 27. София: Уникарт, 259 – 284.</p>
<p>Цекова, Екатерина. Българските музеи и актуалните социални и образователни тенденции в началото на XXI век. Сб. „Социалните функции на музея през XXI век“, доклади от научна конференция, посветена на 30 години от създаването на Национален музей „Земята и хората“ – София. София: НМ „Земята и хората“, 6 – 7 октомври 2016, с. 117 – 122.</p>	<p>Цекова, Е., (2016). Българските музеи и актуалните социални и образователни тенденции в началото на XXI век. Сб. „Социалните функции на музея през XXI век“, доклади от научна конференция, посветена на 30 години от създаването на Национален музей „Земята и хората“ – София. София: НМ „Земята и хората“, 6 – 7 октомври 2016, 117 – 122.</p>
<p>Недков, Симеон. Музейни експозиции. Музеи и музеология. 1997 [онлайн], достъпно 10.04.2017 http://www.build.bg/bg/gallery/simeonnedkov/bg_museology_g1r3.htm</p>	<p>Недков, С., (1997). Музейни експозиции. Музеи и музеология. [онлайн], достъпно 10.04.2017 http://www.build.bg/bg/gallery/simeonnedkov/bg_museology_g1r3.htm</p>
<p>Desvallees, Andre and Francois Mairesse. Key Concepts of Museology. ICOM. Armand Colin. 2010 [online], p. 83, достъпно 11.04.2017 http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf</p>	<p>Desvallees, A., Mairesse, F. (2010) Key Concepts of Museology. ICOM. Armand Colin. [online], p. 83, достъпно 11.04.2017 http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf</p>

Примерите са от книгата „Академично писане“ на И. Мавродиева.

2. Направете справка как в *Официалния правописен речник* са представени изискванията за оформяне на библиография. Систематизирайте информацията, която представят различните модели за библиографско цитиране, по същите критерии, които са приложени за първото условие – поредност на данните. Посочете сходствата и различията между моделите.
3. Потърсете статии в научни издания (включително в интернет) по интересна за вас тема. Проучете как са оформени библиографските списъци, и преценете до кой от посочените в таблицата стандарти са по-близо авторите. Има ли разлики в оформянето на библиография към статии от различни научни области – езикознание, теория на литературата, философия, икономика?

Прочетете част от изискванията за оформяне на текстовете в сп. „Наука“, издание на Съюза на учените в България, и изпълнете задачи 4 – 7.

ТЕКСТОВЕТЕ НА РЪКОПИСИТЕ да са добре структурирани, с подзаглавия и акценти и да се представят в редакцията на електронен носител или по имейл на адрес: lazarova@usb-bg.org, чрез прикачен файл. Обемът на материалите да е до 12 стандартни страници, във формат „Word for Windows“, шрифт Times New Roman, 12 pt, 1 line spacing.

Бележките под линия да са оформени като footnote. Таблиците и фигурите трябва да имат поредна номерация. Да се избягва повтаряне на данните от тях в текста на статията. Фигурите и снимките да се прилагат и в отделни файлове, с отбелязване на номерацията на всеки отделен файл и анотацията към него в ръкописа. Желателно е за използваните от авторите фотографии (индивидуални, колективни, на обекти, факсимилета и др.) да се посочва източникът, от който са взети. При отпечатването на списанието фигурите са черно-бели, а цветни – в онлайн версията на изданието.

ЗАГЛАВНА СТРАНИЦА

Тя трябва да включва заглавие на ръкописа, имена на авторите, научни степени и звания, месторабота.

ЛИТЕРАТУРА

Литературата да се посочва в края на статията. Списъкът да не съдържа повече от 20 източника. Цитираните литературни източници на кирилица в края на статията трябва да бъдат транскрибирани на латиница.

Примери за цитиране на различни документи

- * Книги

Фамилия на автора, инициали. Година. Заглавие на книгата. Място на издаване, издателство.

Мончев, П. М. (1992). Комуникации и иновационни процеси. С., изд. Техника. [Monchev, N. (1992). *Komunikatsii i inovatsionni protsesi*. Sofia: Izdatelstvo „Tehnika“.]

* Статии от списания

Фамилия на автора, инициали. Година. Заглавие на статията. Наименование на списанието. Том, номер, страници.

Мончев, П. М. (2000) Качества на информационните ресурси. Наука, XX, № 2, с. 9 – 14. [Monchev, N. (2000) *Kacheštva na informatsionnite resursi*. Nauka, XX, (2), pp. 9 – 14.]

* Статии в сборник

Фамилия на автора, инициали. Година. Заглавие на статията. В: Наименование на сборника. Място на издаване, издателство, страници.

Балевски, А. (1973) Ученият и неговата съвест. В: Етически проблеми на науката. С., Наука и изкуство, с. 51 – 53. [Balevski, A. (1973) *Ucheniat i negovata savešt*. In: *Eticheski problem na naukata*. Sofia: Nauka i Izkuštvo, pp. 51 – 53.]

* Речник

Наименование на речника. Място на издаване, издателство, том.

Речник на българския език. (1975) С., изд. на БАН, т. I. [Rechnik na balgarskia ezik. (1975) Sofia: Izdatelstvo na BAN, T. I.]

* Документи от интернет

Посочват се адресът и датата, на която материалът е ползван.

РЕЗЮМЕ

Към научните статии се прилага резюме на английски език, съдържащо цел на статията и основни изводи, 3 – 6 ключови думи, заглавието на английски език и имената на автора/авторите на латиница.

Статии, които не са оформени по инструкцията, няма да бъдат разглеждани.

4. Сравнете направените при изпълнението на задача 2 изводи за данните от таблица 1 и от *Официалния правописен речник* с изискванията към текстовете в сп. „Наука“. Посочете до кой от двата варианта са по-близо изискванията на това списание.

5. Направете изводи за елементите, които изграждат структурата на научния текст: заглавие, име на автора, резюме, ключови думи, илюстративен материал – таблици, схеми, фотографии и др.

6. Защо според вас редакторите са включили формулираното в последното изречение изискване към авторите?
7. Необходимо ли е според вас ученическите текстове да са оформени по определени стандарти, или това важи само за научните текстове?

Текст 1 и Текст 2 са посветени на някои особености на убеждаващата комуникация. Прочетете ги и изпълнете задачи 8 – 11.

Текст 1

Манипулация в пропагандата, рекламата и публичен рилейшънс (Накъде отиват ценностите)

Милка Бакърджиева

Manipulation in propaganda, advertising, and public relations
(Where human values go)

Abstract: Manipulation underlies human relations. It is met more often than we can imagine. The aim of the paper is to reveal the nature of the phenomenon "manipulation" and of the manipulative methods, which are used in propaganda, advertising and public relations.

Key words: manipulation, propaganda, advertising, public relations

Манипулацията е в основата на човешкото общуване. Почти всяко общуване е белязано с определен процент манипулация. Конкретният процент зависи от умението на манипулиращия и от податливостта на манипулирания, както и от неговите възможности за контраманипулиране. Взаимното манипулиране е естествено явление във всяка общност, дори в група от двама. Манипулацията е навсякъде. Тя се разпростира във всички области на живота. За това спомага и интернет. Чрез него се попада в едно изобилстващо с манипулативни възможности виртуално пространство. Може да се каже, че информационният век не намалява, а по-скоро увеличава възможностите за манипулиране, като успоредно с това увеличава случаите на стихийно поддаване на различни манипулации. Манипулацията става по-рафинирана и изтънчена и поради това по-трудно разпознаваема.

Предмет на изследване в настоящата разработка са манипулативните похвати, които използват пропагандата, рекламата и публичен рилейшънс. Преди това ще кажем няколко думи за природата на явлениято „манипулация“.

1. Същност на манипулацията

В специализираната литература има множество дефиниции на понятието „манипулация“. Някои от тях са по-обща и поставят акцент върху неизбежността на манипулацията. В тази група можем да поставим становището на А. Портман, който смята че „Манипулацията е основен феномен на човешкото битие“. Други определения, като това в Уикипедия, наблягат върху отрицателната страна на явлението: „Манипулацията е въздействие по хитър и нечестен начин върху някого или нещо за постигане на определена цел“. Подобно негативно звучене манипулацията има и в ежедневието. Най-често тя означава: коварни трикове, с които хората биват „разпъвани на кръст“; злонамерено заблуждаване; използване на по-глупавия; целенасочено въздействие, при което манипулаторът използва слабостите на другия за свои цели; скрито влияние, в резултат на което човек прави това, което не би искал да прави; нещо нечестно, непозволено и безотговорно. Всяко от тези мнения съдържа доза истина, но тя не е достатъчна, за да се разбере същността на разглеждания феномен. За да направим това, ще приведем още две мнения. Те са на специалисти от сферата на практическата психология, които работят по проблемите на манипулацията.

Ще започнем с мнението на Й. Киршнер. Той смята, че повечето виждания за манипулацията, включително представените по-горе, са стереотипни представи за манипулацията, които съдържат немалко заблуди. Манипулацията според него е положително явление. „Да наложиш мнението си, да убедиш другите, да се утвърждаваш в един враждебен свят, без да се оставяш да те използват, да се сдобиеш с всичко, което искаш – това изисква да овладееш правилата на целенасоченото общуване с околните, с които е свързан всеки успех, и следователно е съществена част от личното ти щастие“ [4, с. 15]. Така представена, манипулацията изглежда наистина положително явление и вероятно е такава за тези, които искат да успеят и съумяват да овладеят множеството начини за скрито целенасочено въздействие върху другите. С помощта на различни трикове те постепенно увеличават властовия си ресурс и успяват да постигнат своите цели. На този принцип работят пропагандистите, поръчителите и създателите на реклами, в някои случаи и пиармените, политиците, ръководителите, професионалните продавачи и др. За другите, тези, които не успяват и губят вяра в себе си, манипулацията съвсем не е положително явление. Те стават нейни жертви, попадат в категорията на използваните, заблудените, принудените да правят нещо, което не са имали намерение да правят.

Й. Киршнер смята също, че манипулацията е умение, което може да се научи [4, с. 18]. В такъв случай, преди да усвоят правилата на манипулативната игра, а следователно и начините за ответна манипулация, жертвите трябва да осъзнаят, че: 1) манипулацията е елемент на съвмест-

ното човешко съществуване и се среща много по-често, отколкото могат да си представят; 2) манипулацията може да бъде насочена не само към предизвикване на определени чувства, но и към цялостно управление на личността, заставяйки я да изпълнява изгодни за манипулатора действия, включително издаване на секретна информация и вземане на неизгодни решения; 3) манипулацията използва незнанието, безкритичността, пасивността, примирението и неувереността на адресата; 4) манипулативната игра не може да се играе без адресат и ако той не се поддаде, манипулацията просто няма да има; 5) манипулативната игра е игра на себеутвърждаване, без оглед на средствата, и е приложима от и към всекиго; казано по друг начин, адресатът е в правото си да противодейства на манипулацията, като манипулира другия играч.

Днес е време на стихийно поддаване на различни манипулации. Това се дължи не само на повишената пасивност на хората, на големия брой манипулативни възможности в реалното и виртуалното пространство, но и на увеличаване броя манипулатори, разполагащи както с мотивация, така и със специфични знания и умения. Докато има поддаващи се на манипулиране, ще има и манипулатори. Особено опасни са професионалните манипулатори. Те умеят да манипулират големи групи от хора чрез социално-психологическите механизми убеждение, внушение и психологическо заразяване.

Второто становище е на И. Зорин. Според него манипулацията е „процес на скрито управление на един човек от друг посредством „докосване струните на неговата душа“ с цел получаване на необходимата реакция (изпълнение на действия, издаване на информация, проявяване на определени емоции), необходима на манипулатора за реализиране на собствените му планове“. Получава се така, продължава авторът, че адресатът на манипулацията е подведен за „своя избор“ и не осъзнава, че този избор не е свободен и осъзнат. В душата на всеки от нас има достатъчно „струни“... Не бива да смятаме, че такива са само нашите слабости, пороци и психологически комплекси. „Струни“ могат да бъдат и силните страни на личността, нейното достойнство, индивидуалност и самобитност. Сред най-често използваните от манипулаторите „струни на човешката душа“ са страхът, гордостта, алчността, желанието да бъдем значими, вината, порядъчността, справедливостта, здравето, мъжествеността у мъжете и женствеността у жените, желанието за отмъщение.

Процесът на манипулативното въздействие може да се осъществява непосредствено от манипулатора, но и чрез други хора, може да е еднократен акт или разтеглена във времето поэтапна процедура. Да видим какъв вид манипулация се наблюдава в комуникационните технологии пропаганда, реклама и пбблик рилейшънс.

2. Манипулация в пропагандата

Пропагандата по дефиниция е процес на манипулиране. Според Брус Смит тя представлява „относително произволно манипулиране посредством символи (думи, жестове, знамена, образи, наметници, музика и т.н.) с мислите и делата на другите хора по отношение на вярвания, ценности и поведение“ [8, с. 90]. Като средство за манипулиране тя е използвана още в най-дълбока древност. Търсейки корените на днешната пропаганда, учените се връщат назад в историята, около 500 – 400 г. пр.Хр., и я свързват с възникването на реториката в Древна Гърция и Древен Рим и в източните цивилизации Индия и Китай. На преден план изпъкват имената на Платон и Демостен, на Каутилия, Сун Дзъ и дори това на Конфуций. Оттогава до днес използването на пропагандата като мощно средство за влияние върху мнението и поведението на хората не е преставало. Особено осезателно е то по време на Първата и на Втората световна война. Основните пропагандни техники са били дезинформацията, простите формулировки, постоянното повтаряне на лъжливи, но разбираеми за получателя фрази. Разчитало се е на способността на индивида да възприема само ограничен обем информация.

Съвременната пропаганда използва мощни средства, като изграждане на образи, символи, апели, послания, лозунги, обреди, обичаи и др., които се разполагат в реалното и виртуалното пространство, за да всадят в съзнанието на непосветения гражданин различни сведения, настроения и преценки, на основата на които впоследствие да се правят кардинални теоретични и практически изводи. Не са забравени дезинформацията и простите формулировки, скриването на източника на информация и на въвлечените интереси. Можем да обобщим, че пропагандата и в миналото, и днес е относително произволно манипулиране с мислите и делата на хората. Общите интереси на хората не се вземат предвид. Те се използват дотолкова, доколкото спомагат за засилване на ефекта на целенасоченото въздействие.

3. Манипулация в рекламата

Рекламата в днешно време е най-яркият представител на комуникационните технологии, в които са налице манипулативни действия. Тя провокира към придобиването на една или друга стока, взривява индивида отвътре, заставя го да се измъчва, да мисли, да води вътрешни диалози, в които най-често капитулира. Рекламното послание нарушава свещеното човешко право на самостоятелен избор, елиминира разума и диктува определено поведение. Всяка реклама, дори и най-лошата, въздейства целенасочено върху поведението, като докосва „струните на човешката душа“. За тази цел се използват похвалата и целенасоченото ласкателство, научни данни,

музикални образи, хумор, всички средства за убеждаване и психологическо въздействие, достъпни на въображението на онитния професионалист. Търсят се и подходящите начини, за да достигнат те до получателя и да окажат своето манипулативно въздействие.

Сред най-често използваните начини за манипулиране са: 1) отбелязване на значими дати, свързани с годишнини или с различни празници; 2) използване на притетателната сила на някои герои (реални или от приказките) и включване на техните имена в слогана; 3) използване на различни забрани, като се разчита на това, че „забраненият плод е най-сладък“; 4) използване на тайната, например в киноиндустрията и в издателската дейност; 5) създаване на изкуствен дефицит: обявяване чрез подходящи думи, че остават само няколко дни до..., или че това са последните 10 екземпляра от...; 6) използване на слогана „Добре вложени пари“, с който се приличат купувачи на трайни активи, като бижута, жилища, картини и пр.; 7) използване на завиетта като един от най-силните стимули на съвременността; 8) използване на модата, която е мощен манипулативен инструмент за хората, които държат „да са в крак“ с нея; 9) използване на опасността от повишаване на цените; този трик е известен отдавна и се прилага много често; 10) създаване на интерес чрез излагане на нови модели, представяне на информация за предлаганите стоки и пр.; 11) манипулиране с традиционни ценности – показване от екрана на идилични картини, свързани с красотата, уют, тошнина, и апелиране да си ги осигурим с купуване на рекламираната стока.

Повечето от рекламите се реализират чрез средствата за масова информация. И това не е случайно. „Медните са посетителите на манипулативните импулси на неколцина към масите, те са посетителите на рекламата. Онова, което приемаме безкритично и следваме доверчиво, ще ни въздейства в полза на неколцина. Онова, което проверяваме критично в неговите закономерности и намерения, ще употребим за себе си, доколкото ни е необходимо“ [4, с. 43].

Можем да обобщим, че възможностите на рекламата за манипулиране са огромни. Това е една от причините голяма част от хората да не ѝ се доверяват. Те ѝ се противопоставят с критична преценка, активна жизнена позиция и познания за използваните методи. Не така стои въпросът с тези, които вярват на рекламата и под влияние на медните приемат всичко безкритично и доверчиво. Те попадат под психологическото въздействие на рекламата и стават зависими.

4. Манипулация в нъблнк рилейнънъе

Странно е да се говори за манипулативни действия точно при тази комуникационна технология. Известно е, че нъблнк рилейнънъе (НР) се от-

личава от рекламата и пропагандата именно по това, че не манипулира, а създава доверие. И все пак според използваните техники и преследваните цели освен т.нар. „бял“ ПР съществуват още „черен“ и „сив“ ПР, за които се знае сравнително малко.

Основната цел на „черния“ ПР е да заблуди обществеността, че представяната организация е по-хуманна и ориентирана към общото благо, отколкото конкурентите. Трябва да признаем, че някои специалисти по ПР развиват и такава дейност. Те използват т.нар. „черни“ методи и похвати за компрометиране на конкурентите и манипулиране на общественото мнение. Между тях са: 1) пускане на злепоставящи слухове и нелепи измислици; 2) фалшива предварителна реклама; 3) умишлена продажба на стоки с търговска марка, наподобяваща марката на утвърдената конкурентна фирма; 4) лъжливи обвинения в най-различни грехове към ръководители или лица, заемащи ключови позиции във фирмата конкурент; 5) несъстоятелни, но изключително шумни оплаквания срещу действия на продукти на конкурента; 6) излагащи запитвания с цел злепоставяне и опетняване по време на пресконференции или други публични изяви, организирани от конкурентната фирма; 7) подкупване, изнудване, унижаване, оклеветяване и други неморални и незаконни похвати [1, с. 145].

Разликата между „сивия“ и „черния“ ПР е в това, че при „сивия“ се използват методи и технологии за въвеждане в заблуда на обществеността, без при това да се нарушават законите [9, с. 157]. Заедно „черният“ и „сивият“ ПР образуват т.нар. „мръсни технологии“. Те се използват най-вече за формиране на лъжлив имидж на организацията или лидера, като използват митове и легенди, а нерядко и компромати.

Освен при злепоставянето на конкурентите чрез методите и похватите на „черния“ и „сивия“ ПР манипулиране на общественото мнение може да се наблюдава и при изграждането на образа на организацията в кризисни ситуации. То се реализира по два начина: 1) прикрива се случилото се, като се отрича съществуването на криза, отказват се отговори на медиите и се очаква намесата на компетентните държавни органи; подобно поведение е израз на пренебрежение към обществото и накърнява имиджа на организацията; 2) данните за кризата се представят изкривено, дава се частична неточна информация или се забавя представянето ѝ, за да се прикрият някои факти. Когато истинските факти станат публично достояние, а това рано или късно се случва, доверието към организацията спадва. Според Н. Палашев манипулацията тук е форма на информационно насилие и е една от най-агресивните от гледна точка на влиянието върху публичното позициониране на корпоративния субект [7, с. 162]. За противодействие на манипулативните методи и похвати в ПР има две решения: откритост на информацията и придържане към ценностите.

Ако пропагандата и рекламата са открито манипулативни технологии, за публич рилейшънс това не е така. Там, както стана ясно, става дума за използване само на някои „мръсни технологии“, което при добро желание може да се избегне. Запазването на доброто име на ПР като технология и бизнес на доверието няма алтернатива. За противодействие на манипулативните техники можем да предложим две решения: откритост в информирането и придържане към ценностите.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Аврамов, В. Комуникационна политика на фирмата. С., 2001.
- [2] Гачевска, В., И. Кошарова. Манипулативната реклама като форма на нелоялна конкуренция. Научни трудове на РУ, 2010, том 49, серия 5.2., с. 108.
- [3] Зорин, И. Игры, в которые играют менеджеры. М.: Мастерство манипуляций, 2009.
- [4] Киршнер, Й. Манипулируйте, но правилно. С., 1995.
- [5] Кошарова, И., В. Гачевска. Към въпроса за манипулативното въздействие в рекламния текст. Научни трудове на РУ, 2008, том 47, серия 6.2., с. 63.
- [6] Кършакова, Р. Връзки с обществеността или Бизнес на доверието. Русе, 2002.
- [7] Палашев, Н. Корпоративни комуникации. С., 2006.
- [8] Смит, Б. Л. Психотехника на убеждаващото въздействие, С., 1992.
- [9] Шарков, Ф. Паблич рилейшнз. Учебник, 3-е изд. М., 2009.

Текст 2

Психология на ефективното убеждаване

Всеки ден ни предлага и дори ни поставя в ситуации, които изискват от нас да убеждаваме другите. Убеждаването изисква не само времеви, но и интелектуален, емоционален и енергиен ресурс, който не можем да си позволим да пилеем напразно.

Какво означава да убедиш? Според дефиницията в българския тълковен речник същността на глагола „убеждавам“ се състои в това да: „Карам да повярва в нещо, да се съгласи с мен, увещавам, скланям [...] Започвам да вярвам в правилността на нещо; осъзнавам, съгласявам се с нещо, за което ме увещават“. Това само по себе си е белег за потребността на човека да назове това действие, да го разпознае, да го овладее, да го използва, но защо?

Защо ни е необходимо да убедим някого в нещо?

Можем да отговорим кратко и ясно на този въпрос, като използваме една вече доста популярна фраза: защото човекът е социално животно. Човекът не би могъл да съществува в изолация. Той комуникира, изгражда отношения, развива себе си в контакта с околните, в групата и организацията. Всеки контакт на свой ред се състои в обмен на идеи, виждания, възгледи и цели и съответно е съпроводен от необходимостта те да бъдат съгласувани между участващите страни, да бъде постигнато съгласие по значимите за човека теми с оглед запазване на баланса и функциониране на човека изобщо.

Какво се случва, когато процесът на убеждаване бъде провален и съгласие няма?

Примерите за това са не един и два, а всеки от нас би могъл да добави и още към списъка, от личния си живот и професионалния си опит. Ето го и най-любопитния въпрос:

Как се убеждава?

„Убеждаването се разглежда като процес, чиято цел е не просто да застави или подведе убеждаваните да извършат определени действия. За разлика от принудата, подвеждането и манипулацията, убеждаването е дефинирано като процес, при който се изгражда доверие и се цели убеждаваният да възприеме определени цели, идеи, и по собствена инициатива да предприеме конкретни действия за осъществяването им“ (Тодоров, 2016, с. 5). В този процес обаче невинаги силата на аргументите е достатъчна. В голяма част от случаите е необходимо да се разполага не само с по-убедителни аргументи, но и с по-убедителни подходи за представянето на тези аргументи, да се познава **психологията на процеса на убеждаване**. Колкото по-напредват са социално-икономическите и технологичните процеси в организацията, толкова по-сложна става психологията на убеждаването.

Излишно е да навлизаме в детайли по всеизвестни, а и логични факти относно убеждаването, като:

- Манипулацията и лъжите не са убеждаване;
- Умоляването не е убеждаване;
- Повишаването на тона (викането) не придава допълнителна тежест на аргументите и позицията, дори напротив;
- Заплахите и принудата не са убеждаване;
- Да не изслушваш събеседника, е почти сигурен провал на процеса на убеждаване.

Върнете лентата на своя личен опит и опитайте да си припомните колко често ви се е случвало при „железни“ аргументи все пак да не бъдете раз-

бран. Опитайте да си припомните последния случай. А сега го пренесете в работна среда, в служебен план. От това могат да произтекат сериозни последиствия – материални загуби, време, влошени отношения с колеги, напразни усилия и т.н. Разбира се, има стереотипни комуникатори, които по природа са дружелюбни, открити, дори понякога шумни. Изследванията обаче показват, че някои от най-добрите комуникатори са всъщност интроверти. За повечето хора способността да убеждават, е научена, придобита способност“ (Тодоров, 2016, с. 7).

Противно на популярното виждане убеждаването не е синоним на надприказване!

Този, който вземе думата и изложи аргументите си най-убедително, винаги има по-добри шансове да убеди останалите в правотата си. Слушането е може би половината от процеса на успешното убеждаване.

Какво означава да слушаш?

Означава да си активен в мълчанието си. От особена важност е човек да умее **да слуша активно**, преди да вземе думата, за да не саботира сам себе си! Не само да чуеш това, което другият казва, но и да оставиш у него усещането, че е изслушан и разбран, че позицията и мнението му са уважени.

Как се постига?

В активното слушане се отразява комплексното взаимодействие на множество вербални и невербални поведенчески стратегии, в чиито дълбини няма да навлизаме сега. Необходимо е обаче да разбираме основните елементи на активното слушане. Със сигурност, докато те се превърнат в част от поведенческия ни репертоар, ще се изискват усилие и последователност от наша страна. Когато придобием увереност, те неизбежно ще подпомогнат комуникацията и ще способстват за успешното убеждаване на събеседниците ни. Елементи на активното слушане са следните:

Концентрация

Да насочиш вниманието и енергията си към другия, към мнението и аргументите му, да си поставиш за цел да го изслушаш и да направиш опит да разбереш позицията му. Активното слушане НЕ предполага избирателно концентриране върху онези аргументи на събеседника, които можем да оборим или са в противоречие с нашите. НЕ означава да изграждаме „план за действие“ и контрааргументи, докато другият говори.

Обобщаване и изясняване

Ако попитате събеседника си какво има предвид е дадено изказване или какво иска да каже в определен момент, това е белег за активно слушане (винаги, когато въпросите са намяето, а не шаблонни и повърхностни). От една страна, по този начин у събеседника се оставя усещането, че е чул и

че другият се опитва да разбере позицията му. Обобщаването и изясняването ни дава възможност да продължим диалога, като открием допирните точки, от които се нуждаем, между собствената си позиция и тази на събеседника. Убеждаването е в диалога, не в монолога или в спора.

Без осъждане

Да поискаш да изясниш позицията на събеседника и да обобщиш казаното до момента, не означава да ѝ поставиш етикет. С „етикета“ ние често рамкираме позицията, за да можем след това да я отхвърлим. Без значение дали мнението на другия в диалога съвпада със собственото ни мнение, или е противоположно на него, отхвърлящи или осъдителни позиции спрямо другия няма да доведат до убеждаването му, а точно обратното. Никой не обича да бъде съден.

Очевидно това невинаги е толкова лесно, но нека опитаме реално да слушаме активно. Преди да говорим за техники на убеждаването и психология на процеса, е необходимо да се научим да слушаме. Активното слушане ни помага да пречистим субективния филтър на собствените си интерпретации и да опитаме да погледнем колкото е възможно по-обективно на конкретната ситуация.

Преди да говорим, нека замълчим и чуем другия.

Таня Димитрова

8. По какъв начин, с какви средства в двата текста се представя общата тема?
Сравнете стилите и жанровите особености на двата текста:
 - какви структурно-композиционни особености имат;
 - как е осъществено графичното открояване на различни части от текстовете;
 - как са включени цитиранията на експерти;
 - с какви лексикални и граматични особености се отличава всеки от текстовете.
9. Направете извод за разликите между научния и научнопопулярния текст.
10. Как е оформена библиографската справка във всеки от двата текста?
11. Прочетете твърденията, които са подчертани. Изберете някое от тях и напишете аргументативен текст с цел да го утвърдите или да го оборите.
12. Предлагаме ви библиографска справка за статии и книги, посветени на Иван Вазов и неговия роман „Под игото“. Посетете училищната библиотека или библиотека в населеното място, където учите, и опитайте

да откриете и да проучите съдържанието на някои от тях, като ползвате посочената информация.

Антов 2015: Антов, Пл. „Под игото“ – тоталният български роман. Случаят Кандов: към началата на българския декаданс/сецесион. // Литературна мисъл, № 1, 2015, с. 3 – 45.

Вазов 1977: Вазов, Ив. Иван Вазов. Биографически бележки. // Вазов, Ив. Събрани съчинения в двадесет и два тома. Т. 10. София: Български писател, 1977, с. 305 – 313.

Стефанов 2004: Стефанов, В. Три образа от покрайнините на Бяла черква. // Стефанов, В. Творбата – място в света. София: Диоген.bg, 2004.

Тотев 1994: Тотев, Пл. За място на върха. София: Петекстон, Обектив, 1994.

Шишманов 1930: Шишманов, Ив. Д. Ив. Вазов. Спомени и документи. Под редакцията на проф. М. Арнаудов. София: Печатница П. Глушков, 1930.

13. Изберете интересна за вас тема по история и като ползвате различни източници на информация, съставете библиография по нея. Предварително помислете кой от стандартите за оформяне на списъците с автори, заглавия и други библиографски данни бихте следвали.