



АНОТАЦИИ НА ДОКТОРАНТИ ОТ КАТЕДРА „РЕТОРИКА“

Дейност по проект НИС № 62, 02.04.2015 г.

**„ТРАДИЦИОННИ И СЪВРЕМЕННИ МЕТОДИ
ЗА РЕТОРИЧЕСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ“**

Ръководител на проекта – проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева

СУ „Св. Климент Охридски“, Философски факултет, катедра „Реторика“

Медиен партньор сп. „Реторика и комуникации“

Анотациите се публикуват в брой 20, ноември 2015 г. на сп. „Реторика и комуникации“ – ISSN 1314-4464.

Списъците с научни публикации и анотациите са изготвени от докторанти от катедра „Реторика“.

Списъците с научни публикации и анотациите са част от дейности по проекта и са свързани с тематични области и изследвания в областта на реториката.

Цитирането и позоваването на авторите на анотациите като вторичен източник за научна информация и на онлайн ресурса сп. „Реторика и комуникации“ е задължително.

Указанията за аотиране на научни публикации, модела и образа за представяне, са зададени от проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева – ръководител на проекта.

Указания от проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева – ръководител на проекта и съавтор заедно с проф. д-р Йовка Тишева на книгата „Академично писане за докторанти и постдокторанти“, УИ „Св. Кл. Охридски, София, 2014.

Приложение № 1 – Образец за изготвяне на анотации на публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически изследвания.

Модел за изготвяне на анотации и за рефериране на научни публикации, свързани с традиционни и съвременни методи за реторически изследвания, изготвен от професор д.ф.н. Иванка Мавродиева, Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски“.

Автор:

Заглавие:

Страници:

Публикуване:

- издателство – глава – сборник – книга – монография;
- статията – списание – книжка/брой – година на издаване – страници.

Абстракт/анотация/резюме:

Рефериране:

В научната публикация се представя метод за анализ:

В научната публикация се представят резултати от анализи:

В научната публикация е направен обзор на предходни методи и анализи:

В научната статия/публикация/книга „.....“ дайте ваша оценка

Методът може да се използва самостоятелно – в комбинация с – спрямо кои обекти на изследване

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – дайте оценка от 1 до 10.

Анотирани публикации

Анотирани публикации от Силва Димитрова – докторант към катедра „Реторика“

Aczél, P. (2013). Challenges of Rhetoric in the Era of “Bytes and Likes”. *What do we Know about the World? Rhetorical and Argumentative Perspectives*, Gabrijela Kišiček and Igor Ž. Žagar (eds.)

Series: Digitalna knjižnica/Digital Library

Автор: Petra Aczél; (Corvinus University of Budapest)

Заглавие: Challenges of Rhetoric in the Era of “Bytes and Likes”

Страници: 18

Публикуване:

What do we Know about the World? Rhetorical and Argumentative Perspectives, Gabrijela Kišiček and Igor Ž. Žagar (eds.)

This book is a joint publication of Educational Research Institute's Digital Library and Windsor Studies in Argumentation.

Series: Digital Library

Резюме: Although defined, traditionally, as the art of persuasion, rhetoric has always tended to outgrow its original concern. Its twofold disciplinary nature, of theory and practice (utens-docens as Burke named them), has been calling constantly for redefinitions and scientific legitimization. Often, scholars augured or stated the death and recognized and announced the rebirth of rhetoric. Anti/Postmodernist theories were seeking new horizons to (re)interpret it in a more “integrative” way, introducing it to function as a communicative framework of all societal and mediated functions. In the era of digital literacy and new media, rhetoric is facing new challenges which urge theoreticians to rediscover the hidden capacities of the classical faculty. Contributing to e-rhetoric, netoric, digital and visual rhetoric, this paper intends to cast light upon the almost forgotten “subdomains” of rhetoric and endeavours to prove its capability to be both the condition and the critical view of (new) media discourse.

Keywords: rhetorical ideal, new media, visual rhetoric, procedural rhetoric, spatial rhetoric, aural rhetoric

Реферирани от Силва Димитрова:

Статията е представена от Иванка Мавродиева и Гергана Апостолова в сп. „Реторика и комуникации“, бр. 13, юли 2014 г.

В научната публикация е направен обзор на теоретични разработки и статията има референтна стойност. Представени са резултати от теоретични анализи.

В публикацията на Петра Акзел (Petra Aczél) „Предизвикателства пред реториката в ерата на байтовете и лайковете“ („Challenges of Rhetoric in the Era of “Bytes and Likes”) са търсени връзките и пресечните точки между реториката и новите медии. В статията са въведени понятията „визуална реторика“, „пространствена реторика“, „операционалистка или оперативна реторика“, „фонетична реторика“. Авторката говори за визуалния и за иконичния обрат, за понятията „пространство“, „място“, „разположение“, „среда“; дори за „интерактивни места“, за нови културни пространства; тя споменава за ключови идеи, които насочват научното мислене в нова посока. Според нея те са тези, които разкриват нови комуникативни и реторични хоризонти за пространството и мястото. Терминът „операционалистка или оперативна реторика“ се отнася до няколко равнища, а именно: графично (изображение на движение, осветление, ритъм на промените и др.) и текстово (подбор, комбинация, последователност/сери, операции). Този термин се съотнася и до оперативни модели, и до общи модели, както и до приложения в медиите и до взаимодействия в мрежата (меню, лента с инструменти). Следователно т. нар. „операционалистка или оперативна реторика“ използва фигури и данни за операционен, текстови и графичен начин на мислене, за да се формират идеи и за да се направят изводи въз основа на процесите и процедурите. Авторката подчертава, че има проекции на текстово, визуално и иконично равнище. Фонетичните измерения на

реториката са представени чрез термина, преведен с известна условност на български „фонетична реторика“ (aural rhetoric); като авторката публикацията приема, че тя е клон на визуалната реторика; като същевременно подчертава, че „фонетична реторика“ се бори повече от 2500 години с господството на вербалното в реторичната теория.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията – селектирала Силва Димитрова:

Aczel, P. (2012). Mediarhetoric: Complex Visual Literacy. Benedek, A., and K. Nyiri (eds.). *The Iconic Turn in Education* (series Visual Learning, vol. 2.). Frankfurt: Peter Lang, 67–84.

Aristotle (1991). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*, translated by G. A. Kennedy, New York, NY: Oxford University Press.

Arnheim, R (1969). *Visual Thinking*, London: University of California Press.

Bender, J., and D. E. Wellbery (1990). Rhetoricity: On the Modernist Return of Rhetoric. Bender, J., and D. E. Wellbery (eds.). *The Ends of Rhetoric. History, Theory, Practice*. Stanford, CA: Stanford University Press, 3–39.

Bhabha, H. K. (1994). *The Location of Culture*, London: Routledge.

Bogost, I. (2010). *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*, Cambridge, MA: MIT Press.

Burke, K. D. (1950). *A Rhetoric of Motives*, Los Angeles: University of California Press, 1950.

Corder, J. (1985). *Argument as Emergence, Rhetoric as Love*. *Rhetoric Review*, 4/16, 32.

Croghan, P., and S. Kinsley (2012). *Paying Attention: Towards a Critique of the Attention Economy*. *Culture Machine*, 13, 1–29. <http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/viewDownloadInterstitial/463/50> (10. October 2012).

Davenport, T. H., and J. C. Beck (2001). *The Attention Economy. Understanding the New Currency of Business*, Boston, MA: Harvard Business School Press.

Ehninger, D (1972). *Contemporary Rhetoric: A Reader's Coursebook*, Glenview, IL: Scott, Foresman and Co.

Esposito, E. (2002). *Soziales Vergessen. Formen und Medien des Gedachtnisses der Gesellschaft*, translated by A. Corti, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Foss, S. K. (2004). *Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rhetorical Theory*. Hill, C. A., and M. Helmers (eds.). *Defining Visual Rhetorics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 303–315.

Foss, S. K. (2005). *Theory of Visual Rhetoric*. Smith, K., S. Moriarty, G. Barbasits, and K. Kenney (eds.). *Handbook of Visual Communication:*

Theory, Methods and Media. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 141–153.

Fuery, K. (2009). *New Media. Culture and Image*, Houndmills: Palgrave Macmillan.

Gardner, H. (1993). *Multiple Intelligences: The Theory in Practice*, New York: Basic Books.

Goldhaber, M. (1997). *The Attention Economy and the Net*. *First Monday*, 2/4. <http://firstmonday.org/article/view/519/440> (9. October 2012).

Grassi, E. (1980). *Rhetoric as Philosophy. The Humanist Tradition*, translated by J. M. Krois and A. Azodi, University Park, PA: Pennsylvania State University Press.

Методът може да се използва самостоятелно, както и в комбинация с други методи при анализи на аудитория и специфики на TED мултимедийни презентации.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – оценка 8.

Danler, P. The Linguistic-Discursive Creation of the Speaker's Ethos for the Sake of Persuasion: A Key Aspect of Rhetoric and Argumentation. *What do we Know about the World? Rhetorical and Argumentative Perspectives*, Gabrijela Kišiček and Igor Ž. Žagar (eds.)

Автор: Paul Danler, University of Innsbruck

Заглавие: The Linguistic-Discursive Creation of the Speaker's Ethos for the Sake of Persuasion: A Key Aspect of Rhetoric and Argumentation

Страници: 15

Публикуване: What do we Know about the World? Rhetorical and Argumentative Perspectives, Gabrijela Kišiček and Igor Ž. Žagar (eds.)

This book is a joint publication of Educational Research Institute's Digital Library and Windsor Studies in Argumentation.

Series: Digital Library ; Pages: 422

Резюме: The central topic of this brief study is the linguistic-discursive creation of ethos in rhetorical and argumentative texts. In order to understand why ethos plays a fundamental role in those text types it seems necessary to first discuss the very notions of rhetoric and argumentation. The main goal of rhetorical and/or argumentative texts is persuasion. For this reason it also has to be clarified how persuasion works in those text types. After that we will look at the topic of ethos from various points of view: ethos beside pathos and logos as one of the key elements of rhetoric; Aristotle's classification of the constituents of ethos into phronesis, eunoia, and arête; ethos seen almost as a mask in the Jungian sense; the distinction between ethos as a discursive phenomenon and ethos as a prediscursive phenomenon; the role of topoi and doxa in the construction of ethos and finally the differentiation between rhetorical argumentation and linguistic argumentation, the latter of which being of particular interest for our applied analysis. In that final part we will eventually analyze a few exemplary morphosyntactic structures which in a way create the speaker's ethical portrait or, to put it differently, which discursively construct the speaker's ethos. The speeches we will draw upon were delivered by Mussolini between 1921 and 1941.

Keywords: discursive strategy, persuasion, argumentation, rhetoric, ethos

Реферирате от Силва Димитрова

Публикацията на Пол Данлер (Paul Danler) е в раздела „Теоретични перспективи“ (“The Linguistic-Discursive Creation of the Speaker's Ethos for the Sake of Persuasion: A Key Aspect of Rhetoric and Argumentation”). В нея е отделено място на даване отговори на въпроси, свързани с ролята на етоса в реториката и аргументацията и езиково-дискурсивното сътворяване на етоса на говорещия. Един от акцентите е върху изясняване на някои различия между аргументация и реторика. Авторът твърди, че при аргументацията в центъра е езикът, докато в реториката – самият човек. Другият акцент в публикацията е извеждането на морфосинтактични критерии, които според автора допринасят за изграждането на етоса. Според Пол Данлер конкретна езикова структура спомага за подобряване на етоса, при условие, че етосът е резултат на езиково-дискурсивна конструкция.

В научната публикация се представя метод за анализ на 6 речи на Мусолини, всяка разгледана по морфосинтактични критерии, които според автора конструират етоса. След това се разглежда как отделната лингвистична структура допринася за подобряването на етос, при положение, че под етос се разбира резултат от лингвистично-дискурсивна конструкция

В научната публикация се представят резултати от анализи на 6 речи на Мусолини:

В научната публикация е направен обзор на предходни теоретични анализи на реториката и аргументацията. Изследването извежда исторически дефиниции на термините: реторика, аргументация, убеждаване.

В научната статия се дефинират и въвеждат понятия.

Методът може да се използва самостоятелно – и в комбинация с визуален анализ... - спрямо панегерически ТЕД презентации, в които основен акцент има етоса.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – оценка 10.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията от Силва Димитрова:

Amossy, R. (1999). La notion d'ethos de la rhétorique à l'analyse de discours. *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos. Lausanne*. Paris: Delachaux et Niestle, 9–30.

Amossy, R. (2002a). Des topoi aux stereotypes: le doxique entre logos et pathos. Eggs, E. (ed.). *Topoi, discours, arguments*. Stuttgart: Steiner, 11–25.

Amossy, R. (2002b). Nouvelle rhétorique et linguistique du discours. Koren, R., and R. Amossy (eds.). *Après Perelman: Quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques?* Paris: L'Harmattan, 153–171.

Amossy, R. (2006). *L'argumentation dans le discours*, Paris: Armand Colin.

- Anscombe, J. C., and O. Ducrot (1997). *L'argumentation dans la langue*, Liege: Mardaga
- Aristoteles (2010). *Rhetorik*, Stuttgart: Reclam.
- Boniolo, G., and P. Vidali (2011). *Strumenti per ragionare. Logica e teoria dell'argomentazione*, Torino/Milano: Bruno Mondadori.
- Breton, P. (2008). *Convaincre sans manipuler*, Paris: La Decouverte.
- Breton, P., and G. Gauthier (2000). *Histoire des theories de l'argumentation*, Paris: La Decouverte.
- Danblon, E. (2002). *Rhetorique et rationalite*, Bruxelles: Editions de l'Universite de Bruxelles.
- Danblon, E. (2005). *La fonction persuasive*, Paris: Armand Colin.
- Danblon, E. (2006). *La construction de l'autorite en rhetorique. Semen 21: Categories pour l'analyse du discours politique*. Presses Universitaires de Franche-Comte, 141–153 .
- Danler, P. (2007). *Valenz und diskursive Strategien. Die politische Rede in der Romania zwischen 1938 und 1945*, Tübingen: Gunter Narr.
- Ducrot, O. (1995). *Topoi et formes topiques*. Anscombe, J. C. (ed.). *Theorie des topoi*. Paris: Kime, 85–99.
- Ducrot, O. (2004). *Argumentation rhetorique et argumentation linguistique*.
- Doury, M., and S. Moirand (eds.). *L'Argumentation aujourd'hui*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 17–34.
- Eco, U. (1983). *Lector in fabula: la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano: Bompiani.
- Groarke, L. A., and C. W. Tindale (2004). *Good Reasoning Matters. A Constructive Approach to Critical Thinking*, Don Mills: Oxford University Press.
- Jung, C. G. (1964). *Zwei Schriften uber analytische Psychologie*, Zurich/Stuttgart: Rascher Verlag.
- Maingueneau, D. (1987). *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris: Hachette.
- Maingueneau, D. (1991). *L'analyse du discours*, Paris: Hachette.
- Maingueneau, D. (1999). *Ethos, scenographie, incorporation*. Amossy, R. (ed.). *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Lausanne/Paris: Delachaux et Niestle, 75–100.
- Maingueneau, D. (2002). *Analyser les textes de communication*, Paris: Nathan.
- Meyer, M. (2008). *Qu'est-ce que l'argumentation?* Paris: Vrin.
- Perelman, C., and L. Olbrechts-Tyteca (1992). *Traite de l'argumentation. La nouvelle rhetorique*, Bruxelles: Editions de l'Universite de Bruxelles.
- Plantin, C. (1996). *L'argumentation*, Paris: Seuil.
- Sperber, D., and D. Wilson (1986). *Relevance: Communication and Cognition*, Oxford: Blackwell.
- TLIO. "Tesoro della lingua Italiana delle Origini." <http://tlio.ovi.cnr.it/TLIO/> (6. April 2012).
- Walton, D. (2007). *Dialectic, Persuasion, and Rhetoric*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Žmavc, J. (2012). *The Ethos of Classical rhetoric: From Epieikeia to Auctoritas*.
- Eemeren, F. H. van, and B. Garssen (eds.). *Topical Themes in Argumentation*

Реферирани от Силва Димитрова:

В научната публикация се представя метод за реторически анализ на мултимедийни презентации, създадени чрез PowerPoint. В научната публикация се представят резултати от анализи на това как се преподава и учи при използване на PowerPoint и на слайдове, до каква степен се усвояват трайни знания и как протича обучението при подготовка. В научната публикация е направен обзор на предходни методи и анализи, като авторът Йен Кйелсен се спира на учени, работещи в различни области, а именно Shwom и Keller (2003: 5), (Tuftte 1990: 81), Anders Fagerjord (2005).

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията от Силва Димитрова:

- Bartsch, Robert A. and Kristi M. Cobern. (2003). *Effectiveness of PowerPoint presentations in lectures*. Page 77-86 in *Computers & Education*, 41 (2003).
- Jaffe, Greg. (2000). *Pentagon cracks down on ... PowerPoint*. *Wall Street Journal Online* 25/4-2000. Downloaded from: http://news.zdnet.com/2100-9595_22-502314.html
- Loisel, Meghan & Rachel Samantha Galer. (2004). *Uses of PowerPoint in the 314L Classroom*". *Computer Writing and Research Lab. White Paper Series: #*

040505-3

Mahin, Linda. (2004). Powerpoint Pedagogy. Page 219-222 in *Business Communication Quarterly*. Vol. 67. No. 1, March 2004.

Meyer, Richard E. 2001 (2003). *Multimedia Learning*. Cambridge University Press. Cambridge.

В научната статия са представени базови теоретични постановки, анализ на презентации през призмата на реториката, както и методически указания за преподаване на презентационни умения и създаване на сценарий на презентации – от 9 слайда – 5-6 стр. от статията. Методът може да се използва самостоятелно, както и в комбинация с други методи при анализи на различни мултимедийни презентации, в това число и в slideshare.net. До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – оценка 8.

The Elements of Argument: Six Steps to a Thick Theory

Groarke, L. (2013). *The Elements of Argument: Six Steps to a Thick Theory. What do we Know about the World? Rhetorical and Argumentative Perspectives*, Gabrijela Kišiček and Igor Ž. Žagar (eds.)

Автор: Leo Groarke, University of Windsor

Заглавие: The Elements of Argument: Six Steps to a Thick Theory

Страници: 19

Публикуване: What do we Know about the World? Rhetorical and Argumentative Perspectives, Gabrijela Kišiček and Igor Ž. Žagar (eds.) This book is a joint publication of Educational Research Institute's Digital Library and Windsor Studies in Argumentation.

Series: Digital Library ; Pages: 422

Резюме: In the last quarter-century, the emergence of argumentation theory has spurred the development of an extensive literature on the study of argument. It encompasses empirical and theoretical investigations that often have their roots in the different traditions that have studied argument since ancient times – most notably, logic, rhetoric, and dialectics. Against this background, I advocate a “thick” theory of argument that merges traditional theories, weaving together their sometimes discordant approaches to provide an overarching framework for the assessment of arguments in a broad range of contexts. In sketching such a theory, I propose six steps that can “thicken” traditional approaches to argument in the interests of a comprehensive theory.

Key words: the future of argumentation theory, thick theory of arguments, thin theory of arguments

Рефериране от Силва Димитрова:

Статията е представена от Иванка Мавродиева и Гергана Апостолова в сп. „Реторика и комуникации“, бр. 13, юли 2014 г.

Автор на текста “The Elements of Argument: Six Steps to a Thick Theory” е Лио Гроук от Университета в Уиндзор. В него са представени елементите на аргумента в 6 стъпки: 1 стъпка – В началото е логиката; 2 стъпка – Аргументът и неговият реторически контекст; 3 стъпка – Аргументът и неговият диалектически контекст; 4 стъпка – Аргументът и неговият диалогичен контекст; 5 стъпка – Мултимодален аргумент; 6 стъпка – Аргумент и емоция. Според автора мултимодалният аргумент излиза извън вербалната парадигма и извън традиционните разбирания за аргумент; като фотографии, карти, снимки и други визуалните изображения в определен контекст също могат да се възприемат като аргументи. Изследователят стига до извода, че в ерата на цифровата комуникация, когато е лесно да се предават изображения, звуци и дори физически усещания, не е изненадващо, че все повече аргументи включват визуални и невербални елементи. Освен това признаването на мултимодалните аргументи е един от начините да се разшири обхватът на разбирането за аргумент, както и да се направи стъпка в развитието на реторичната теория. В научната публикация се представят резултати от теоретичен анализ. В научната публикация е направен обзор на теоретични анализи и реконструкция на теории в нова парадигма. Научната статия има теоретична стойност и

дефинира мултимодалния аргумент. Методът може да се използва самостоятелно – в комбинация с визуален реторически анализ - спрямо изследване на аргументацията в TED презентации.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – оценка от 5.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията от Силва Димитрова:

American Rhetoric. “Top 100 Speeches.” <http://www.americanrhetoric.com/newtop100speeches.htm>.

Aristotle (2000a). *Prior Analytics*, translated by A. J. Jenkinson. The Internet Classics Archive: <http://classics.mit.edu/Aristotle/prior.html>.

Aristotle (2000b). *Rhetoric*, translated by W. Rhys Roberts. The Internet Classics Archive: <http://classics.mit.edu/Aristotle/rhetoric.html>.

Birdsell, D., and L. Groarke (eds.) (2008): *2nd Special Issue on Visual Argumentation. Argumentation and Advocacy: The Journal of the American Forensic Association*, 34/3.

Birdsell, D., and L. Groarke (2008). Outlines of A Theory of Visual Argument. *Argumentation and Advocacy*, 43/3–4, 103–113.

Blair, J. A. (1996). The Possibility and Actuality of Visual Arguments. *Argumentation and Advocacy*, 33/1, 23–39.

Carozza, L. (2009). *The Emotional Mode of Argumentation: Descriptive, People-Centered, and Process-Oriented*, PhD Diss., Toronto: York University.

Dove, I. J. (2012). Image, Evidence, Argument. Eemeren, F. H. van, and B. Garssen (eds.). *Topical Themes in Argumentation Theory*. Amsterdam: Springer-Verlag.

Eemeren, F. H. van, and R. Grootendorst (1992). *Argumentation, Communication, and Fallacies: A Pragma-Dialectical Perspective*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43/4: 51–58.

Fleming, D. (1996). Can Pictures Be Arguments. *Argumentation and Advocacy*. 33/1, 11–22.

Gilbert, M. A. (1997) *Coalescent Argumentation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Gilbert, M. A. (2004). Emotion, Argumentation and Informal Logic. *Informal Logic*, 24/3, 245–264.

Gorgias (1999). *Encomium of Helen*, translated by B. Donovan. Peitho’s Web, Classical Rhetoric and Persuasion: <http://www.classicpersuasion.org/pw/gorgias/helendonovan.htm>.

Govier, T. (1983). Ad Hominem: Revising the Textbooks. *Teaching Philosophy*, 6/1, 13–24.

Groarke, L., and C. W. Tindale (1986). Critical Thinking: How To Teach Good Reasoning. *Teaching Philosophy*, 9/4, 301–318.

Groarke, L. (1996). Logic, Art and Argument. *Informal Logic* 18/2–3: 116–131.

Groarke, L., and C. W. Tindale (2012). *Good Reasoning Matters! A Constructive Approach to Critical Thinking*, 5th Edition, Toronto: Oxford University.

Hampe, D. (1985). A Third Perspective on Argument. *Philosophy and Rhetoric*. 18 (1), 1–22.

Hampe, D. (2005). *Arguing: Exchanging Reasons Face to Face*, London and New York: Routledge.

Hitchcock, D. (2006) Why There Is No *argumentum ad hominem* Fallacy. Unpublished. <http://www.humanities.mcmaster.ca/~hitchckd/adhominemissa.htm>.

Johnson, R. H. (2000). *Manifest Rationality: A Pragmatic Theory of Argument*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Johnson, R. H. (2005). Why “Visual Arguments” aren’t Arguments. Hansen, H. V., C. Tindale, J. A. Blair, and R. H. Johnson (eds.). *Informal Logic* at 25. Windsor: University of Windsor.

Lunsford, A. A., J. J. Ruszkiewicz, and K. Walters (2010). *Everything’s an Argument*, New York: Bedford’s/St. Martin’s.

O’Keefe, D. J. (1977). Two Concepts of Argument. *Journal of the American Forensic Association*, 13/2: 121–128.

Roque, G. (2008). Political Rhetoric in Visual Images. Weigand, E. (ed.). *Dialogue and Rhetoric*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Shelley, C. (1996). Rhetorical and Demonstrative Modes of Visual Argument: Looking at Images of Human Evolution, *Argumentation and Advocacy*, 33/2, 53–68.

Slade, C. (2002). *The Real Thing: Doing Philosophy with the Media*, New York: Peter Lang.

Tindale, C. W. (2010). *Reason's Dark Champions: Constructive Strategies of Sophistic Argument*, Columbia: University of South Carolina Press.

Van den Hoven, P. J. (2011). Iconicity in Visual and Verbal Argumentation. Eemeren, F. H. van, B. Garssen, D. Godden, and G. Mitchell (eds.). *Seventh International Conference of the International Society for the Study of Argumentation: Proceedings*. Amsterdam: Sic Sat, 831–834.

Walton, D. N. (2007). *Dialog Theory for Critical Argumentation*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Wreen, M. (1988a). Admit No Force But Argument. *Informal Logic*, 10/1, 89–96.

Wreen, M. (1988b). May the Force Be With You. *Argumentation* 2/3: 425–440.

Visual Argumentation. A Reappraisal

Roque, G. Visual Argumentation. A Reappraisal

Автор: Georges Roque, Centre National de la Recherche Scientifique, Paris

Заглавие: Visual Argumentation. A Reappraisal

Страници: 15

Публикуване: Chapter 154

Резюме: Visual argumentation is an incipient field in the broad domain of argumentation. Its existence has been well documented, thanks to the efforts of a few scholars, amongst whom Leo Groarke (Birdsell and Groarke 1996; Birdsell and Groarke 2006). Once admitted – even if not by all theorists of argumentation – that visual argumentation exists, it seems to the author necessary at this stage of its development to reassess its definition. Indeed, the first step is to give it legitimacy. This is done by giving many examples, most of them convincing, of visual arguments. Basically the task is to show that the verbal is not the only way of arguing: the stimulating discovery was that many verbal arguments can be translated visually or that an equivalent to verbal argument can be found in images. The first battle, therefore, is to gain legitimacy. Once it is won, the problem, at least this is the way the author sees it, is not to go on accumulating more evidence of the existence of visual argumentation, but instead to discuss its definition and extension. The author is convinced that there are visual arguments, and he has advocated elsewhere in favor of them (Roque 2004). However, he feels uncomfortable with the definitions given to it, as well as with the way its relationship to verbal argumentation is generally understood. So, the main issue he raises is the definition of visual argumentation, and the second one is its relationship to verbal argumentation, which he examines through the complex issue of mixed media, that is, when argumentation is both verbal and visual.

Реферирани от Силва Димитрова:

Автор на текста „Visual Argumentation. A Reappraisal“ е Georges Roque от „Centre National de la Recherche Scientifique“, Париж. В статията авторът продължава дискусиата относно мястото на визуалната аргументация и прави опит да дефинира научно-изследователското поле на визуалната аргументация. Авторът изяснява сложните взаимовръзки между понятията „аргумент“ и „визуално“ в дефиницията на визуалната аргументация и откроява особеностите на няколко различни категории. Предлага своя класификация на смесени визуални и вербални аргументи в медии. В труда са представени дефинициите на визуалния аргумент в следните стъпки: 1 стъпка Аргумент, аргументация; 2 стъпка – Визуалното; 3 стъпка – Аргументът и визуалното; Вербален или/ и визуален израз на аргумента; 4 стъпка – Класификация; Според автора вербалният аргумент излиза извън вербалната парадигма и извън традиционните разбирания за аргумент; като графики, фотографии, карти, снимки и други визуалните изображения в определен контекст също могат да се възприемат като аргументи. Изследователят стига до извода, че все повече аргументи включват визуални елементи. Освен това признаването на визуалните аргументи е един от начините да се разшири обхватът на разбирането за аргумент, както и да се направи стъпка в

развитието на реторичната теория. В научната публикация се представят резултати от теоретичен анализ. В научната публикация е направен обзор на теоретични анализи и реконструкция на дефиниции в нова парадигма. Научната статия има теоретична стойност и дефинира визуалния аргумент. Методът може да се използва самостоятелно – в комбинация с визуален реторически анализ – спрямо изследване на визуална аргументацията в TED презентации.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – оценка от 4.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията от Силва Димитрова:

- Adam, J.-M. and Bonhomme, M. (2005). *L'Argumentation publicitaire: Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Paris: Armand Colin.
- Arnheim, R. (1969). *Visual Thinking*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press.
- Birdsell, D. S. & Groarke L. (1996). Toward a Theory of Visual Argument. *Argumentation and Advocacy* 33-1, 1-10.
- Birdsell, D. S. & Groarke L. (2006). Outlines of a Theory of Visual Argument. *Argumentation and Advocacy* 43, 103-113.
- Blair, T. (1996). The Possibility and Actuality of Visual Arguments. *Argumentation and Advocacy* 33-1, 23-39.
- Blair, T. (2004). The Rhetoric of Visual Arguments. In C. A. Hill and M. Helmers (Eds.), *Defining Visual Rhetorics* (pp. 41-61), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Chabrol, C. & Radu, M. (2008). *Psychologie de la communication et persuasion: Théories et applications*. Brussels: De Boeck.
- Ducrot, O. et al. (1980). *Les mots du discours*. Paris: Minuit.
- Gombrich, E. (1982). *The Image and the Eye: Further Studies in the Psychology of Pictorial Representation*. Oxford: Phaidon.
- Goodman, N. (1976). *Languages of art: An Approach to a Theory of Symbols*. Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- Groarke, L. & Tindale, C. W. (2008). *Good Reasoning Matters !: A Constructive Approach to Critical Thinking*. Oxford: Oxford University Press.
- Groarke, L. (1996). Logic, Art and Argument. *Informal Logic* 18, 105-129.
- Groarke, L. (2002). Toward a Pragma-Dialectics of Visual Argument. In F. H. van Eemeren (Ed.), *Advances in Pragma-Dialectics* (pp. 137-151), Amsterdam: Sic Sat.
- Groupe μ (1992). *Traité du signe visuel: Pour une rhétorique de l'image*. Paris: Seuil.
- Klinkenberg, J.-M. (2000). *Précis de sémiotique générale*. Paris: Seuil.
- Kostelnick, C. (2004). Melting-Pot Ideology, Modernist Aesthetics, and the Emergence of Graphical Conventions: The Statistical Atlases of the United States, 1874- 1925. In C. A Hill and M. Helmers (Eds.), *Defining Visual Rhetorics* (pp. 215- 242), Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Jakobson, R. (1971). Quest for the essence of language. In R. Jakobson, *Selected writings: Words and language*. S. Rudy (Ed.), Vol. 2 (pp. 345-359). The Hague, Paris: Mouton.
- Nettel, A.-L. (2005). The Power of Image and the Image of Power: the Case of Law. *Word and Image* 21-2, 137-150.
- Perelman, C. and Olbrechts-Tyteca, L. (1970). *Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique*. Brussels: Edition de l'Institut de Sociologie Université Libre de Bruxelles.
- Roque, G. (2004). Prolegomenes à l'analyse de l'argumentation visuelle. In E. C. Oliveira (Ed.), *Chaim Perelman. Direito, Retórica e Teoria da Argumentação* (pp. 95-114), Feira de Santana (Brazil): Universidade Estadual de Feira de Santana.
- Roque, G. (2008). Political Rhetoric in Visual Images. In E. Weigand (Ed.), *Dialogue and Rhetoric* (pp. 185-193), Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Roque, G. (2010). What is Visual in Visual Argumentation?** In J. Ritola (Ed.), *Arguments Cultures*, Proceedings of OSSA 09, CD-ROM (pp. 1-9), Ontario, Canada: Ontario Society for the Study of Argumentation, University of Windsor.

Smith, V. J. (2007). Aristotle's Classical Enthymeme and the Visual Argumentation of the Twenty-First Century. *Argumentation and Advocacy* 43, 114-123.
Toulmin, S. (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
Walton, D. (1998). *The New Dialectic: Conversational Contexts of Arguments*. Toronto: University of Toronto Press.

Pictorial Argumentation in Advertising: Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation

Kjeldsen, Jens E. Pictorial Argumentation in Advertising: Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation

Автор: Jens E. Kjeldsen, Department of Information Science and Media Studies, University of Bergen, Norway

Заглавие: Pictorial Argumentation in Advertising: Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation

Страници: 17

Публикуване: Chapter 16

Резюме: During the latter part of the twentieth century, and particularly during the last two decades, advertising has become increasingly visual (cf. Leiss et al. 2005 ; van Gisbergen et al. 2004 ; Pollay 1985). Imagery now dominates advertising. Considering advertising as a kind of argumentation, we may ask how we actually argue by means of pictures, or more specifically, how we argue with ads that are predominantly visual. In this article, the author argues that visual rhetorical figures in advertising – meaning both tropes and figures – are not only ornamental, but also support the creation of arguments about product and brand. His claim is that rhetorical figures direct the audience to read arguments into advertisements that are predominantly pictorially mediated. Pictures are ambiguous, but rhetorical figures can help delimit the possible interpretations, thus evoking the intended arguments.

Реферирани от Силва Димитрова:

Автор на текста „Аргументация от изображения в рекламата: визуални тропи и фигури като начин за създаване на визуална аргументация“ („Pictorial Argumentation in Advertising: Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation“) е Йенс Кйелдсън (Jens E. Kjeldsen) от „Department of Information Science and Media Studies“, University of Bergen.

В статията авторът изследва визуалната аргументация и по-конкретно визуалните тропи в комерсиалната реклама. Авторът извежда четири основни реторически качества на изображенията. Посредством тях представя реконструкцията на визуалната аргументация – в контекст и с реторически фигури. В резултатите прилага примери за визуална аргументация с реторически фигури. Според автора етоическата аргументация има приложение във визуалното при професионалното изпълнение на реклами. Изследвателят стига до извода, че реторическите качества на аргументите са от помощ на учените при реконструкция и обяснение на визуалните аргументи. Реторическият и аргументативен потенциал на рекламите е предимно визуален. В научната публикация се представят резултати от реконструкция на визуални аргументи. В научната публикация е направен теоретичен обзор и реконструкция на аргументи посредством визуални фигури и тропи. Научната статия има изследователска стойност при анализ на визуални аргументи. Методът може да се използва самостоятелно – в комбинация с визуален реторически анализ – спрямо изследване на визуална аргументацията в TED презентации.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – оценка от 7.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията от Силва Димитрова:

Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.

Birdsell, D., & Groarke, L. (2007). Outlines of a theory of visual argument. *Argumentation and Advocacy*, 43, 103–113.

- Blair, J. A. (1976). The possibility and actuality of visual argument. *Argumentation and Advocacy*, 33 , 1–10.
- Brockriede, W. (1992). Where is argument? In W. L. Benoit, D. Hample, & P. J. Benoit (Eds.), *Readings in argumentation* (pp. 73–78). Berlin: Foris.
- Chandler, D. (2006). *Semiotics. The basics* . New York: Routledge.
- Eco, U. (1979). *The role of the reader* . Bloomington: Indiana University Press.
- Eco, U. (1989). *The open work* . Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fahnestock, J. (2004). Figures of argument. *Informal Logic*, 24 (2), 115–135.
- Finnegan, C. A. (2001). The naturalistic enthymeme and visual argument: Photographic representation in the “skull controversy”. *Argumentation and Advocacy*, 37 , 133–149.
- Fleming, D. (1996). Can pictures be arguments? *Argumentation and Advocacy*, 33 , 11–22.
- Forceville, C. (2006 (1996)). *Pictorial metaphor in advertising* . New York: Routledge.
- Freud, S. (1960). *Jokes and their relation to the unconscious* (J. Strachey, Ed. & Trans.). New York/London: W.W. Norton & Company.
- Freud, S. (1999). *The interpretation of dreams* (J. Crick, Trans.). Introduction and notes by Ritchie Robertson. Oxford: Oxford University Press.
- Geertz, C. (1973). Thick description: Toward an interpretive theory of culture. In *The interpretation of cultures: Selected essays* (pp. 3–30). New York: Basic Books.
- Gombrich, E. H. (1978 (1963)). *Meditations on a hobby horse and other essays on the theory of art* . London/New York: Phaidon.
- Groarke, L. (2009). Five theses on Toulmin and visual argument. In F. H. van Eemeren & B. Garssen(Eds.), *Pondering on problems of argumentation* (pp. 229–239). Amsterdam: Springer.
- Johansen, J. D. (1989). Semiotics of rhetoric: The consumption of fantasy. In T. A. Sebeok & J. Umiker-Sebeok (Eds.), *The semiotic web 1988* . Berlin: Mouton de Gruyter.
- Johnson, R. H. (2004). Why ‘visual arguments’ aren’t arguments. In H. V. Hansen, C. Tindale, J. A. Blair, & R. H. Johnson (Eds.), *Informal logic at 25* , CD-ROM. Winsor: University of Winsor.
- Johnson, R. H., & Blair, J. A. (1994). *Logical self-defense* . New York: McGraw-Hill.
- Jonas, H. (1966). *The phenomenon of life* . New York: Harper & Row Publishers.
- Ketelaar, P., Gisbergen, M. S., & Beentjes, J. W. J. (2008). The dark side of openness for consumerresponse. In E. F. McQuarrie & B. J. Phillips (Eds.), *Go fi gure. New directions in advertising rhetoric*. Armonk: M.E. Sharpe.
- Kjeldsen, J. E. (2000). What the metaphor could not tell us about the prime minister’s bicycle helmet. Rhetorical criticism of visual rhetoric. *Nordicom Review*, 21 (2), 305–327.
- Kjeldsen, J. E. (2001). The rhetorical power of pictures. In J. Gripsrud & F. Engelstad (Eds.), *Power, aesthetics, media* (pp. 132–157). Oslo: Unipub forlag.
- Kjeldsen, J. E. (2002). *Visuel retorik [Visual rhetoric]*. Ph.D. thesis, Department of Media Studies, University of Bergen, Bergen.
- Kjeldsen, J. E. (2003). Talking to the eye – Visuality in ancient rhetoric. *Word and Image*, 19 (3), 133–137.
- Kjeldsen, J. E. (2007). Visual argumentation in Scandinavian political advertising: A cognitive, contextual, and reception oriented approach. *Argumentation and Advocacy*, 43 , 124–132.
- Kjeldsen, J. E. (2008). Visualizing egalitarianism – Political print ads in Denmark. In J. Strömbäck, T. Aalberg, & M. Ørsten (Eds.), *Political communication in the Nordic countries* (pp. 139–160). Göteborg: Nordicom.
- Kjeldsen, J. E. (2011). *Tale med billeder – tegne med ord. Det visuelle i antik retorik og retorikken i det visuelle [Speaking with pictures – Drawing with words. Visuality in ancient rhetoric, and rhetoric in visuality]*. Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by* . Chicago: Chicago University Press.
- 254 J.E. Kjeldsen
- Langer, S. K. (1952 [1942]). *Philosophy in a new key . A study in the symbolism of reason, rite, and art* . New York: Mentor Book.
- Leiss, W., Kline, S., Jhally, S., & Botterill, J. (2005). *Social communication in advertising*.

- Consumption in the marketplace*. New York: Routledge.
- McQuarrie, E. F., & Mick, D. G. (1996). Figures of rhetoric in advertising language. *Journal of Consumer Research*, 22, 424–437.
- McQuarrie, E. F., & Mick, D. G. (2003). The contribution of semiotic and rhetorical perspectives to the explanation of visual persuasion in advertising. In L. Scott & R. Batra (Eds.), *Persuasive imagery: A consumer response perspective* (pp. 191–221). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to visual culture*. London: Routledge.
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1971 (1969)). *The new rhetoric: A treatise on argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Philips, B. J., & McQuarrie, E. F. (2004). Beyond visual metaphor: A new typology of visual rhetoric in advertising. *Marketing theory*, 4, 113–136.
- Plantin, C. (2009). A place for figures of speech in argumentation theory. *Argumentation*, 23, 325–337.
- Pollay, R. (1985). The subsiding sizzle: A descriptive history of print advertising 1900–1980. *The Journal of Marketing*, 49 (3), 24–37.
- Ripley, M. L. (2008). Argumentation theorists argue that an ad is an argument. *Argumentation*, 22, 507–519.
- Slade, C. (2002). Reasons to buy: The logic of advertisements. *Argumentation*, 16, 157–178.
- Slade, C. (2003). Seeing reasons: Visual argumentation in advertisements. *Argumentation*, 17, 145–160.
- Smith, V. (2007). Aristotle's classical enthymeme and the visual argumentation of the twenty-first century. *Argumentation and Advocacy*, 43, 114–123.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). *Practices of looking. An introduction to visual culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Tindale, C. (2004). *Rhetorical argumentation. Principles of theory and practice*. Thousand Oaks: Sage.
- Toulmin, S. (1958). *The uses of argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- van Eemeren, F. H., & Grootendorst, R. (1992). *Argumentation, communication, and fallacies: A pragma-dialectical perspective*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- van Eemeren, F. H., & Grootendorst, R. (2003). *Systematic theory of argumentation: The pragmadialectical approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- van Eemeren, F. H., Grootendorst, R., & Snoeck Henkemans, F. (2002). *Argumentation: Analysis, evaluation, presentation*. Mahwah: L. Erlbaum.
- van Gisbergen, M. S., Ketelaar, P. E., & Beentjes, H. (2004). Changes in advertising? A content analysis of magazine advertisements in 1980 and 2000. In P. Neijens, C. Hess, B. van der Putte, & E. Smith (Eds.), *Content and media factors in advertising* (pp. 51–61). Amsterdam: Het Spinhuis.

The Rhetoric of PowerPoint

Kjeldsen, Jens E. The Rhetoric of PowerPoint

Автор: Jens E. Kjeldsen, Department of Information Science and Media Studies, University of Bergen, Norway

Заглавие: The Rhetoric of PowerPoint

Страници: 17

Публикуване: Chapter 16

The presentation program PowerPoint is probably the most used tool in the schools, high schools and universities of today. The use of this program, however, comes at a cost, because it is not just a different and neutral way of teaching. Like the use of any technology, PowerPoint affects not only the way we present and teach, but also the way we think, learn and understand. The

program carries an inherent tendency to create fragmentation of thought and cognitive overload. In order to avoid this we should stop thinking in terms of technology and begin to think rhetorically. What we need is media rhetoric: the ability to communicate persuasively and appropriately.

Реферирание от Силва Димитрова:

Автор на текста “Реторика на PowerPoint“ („The Rhetoric of PowerPoint“) е Йенс Кйилдсѝн (Jens E. Kjeldsen) от „Department of Information Science and Media Studies“, University of Bergen.

В статията авторът изследва присъствието на Power Point в образованието, бизнеса и комуникациите. Критикува остро бедния, несвързан, фрагментиран когнитивен стил на представяне на информация с тази програма. Изведени са недостатъците и ограниченията на софтуѝра и негативното влияние на презентиранието на несвързани парчета разпокъсана информация върху аудиторията. Авторът извежда основните недостатъци на PowerPoint и проблематизира проложението им в сферата на образованието. Посредством въвеждането на понятия за реторична грамотност и мултимудално учене се предлага промяна на фокуса при изготвянето на презентация – от сляпо следване на софтуѝра в реторично осмисляне и анализ на контекст, аудитория и съдържание и умелото им репрезентиране с педагогически цели. В резултатите се прилагат примери за неуместна употреба на Power Point при презентации в сферата на образованието. Според автора Power Point има успех в контекста на бизнеса. Изследователят стига до извода, че реторическите познания и умения на презентаторите са от значение и са в помощ при създаване на презентации с Power Point. В научната публикация е направен теоретичен обзор и критика на презентациите Power Point. Научната статия има референтна стойност.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията от Силва Димитрова:

- Aristotle. 1991. *The Art of Rhetoric*. Penguin classics. Penguin Books. London.
- Bartsch, Robert A. and Kristi M. Cobern. 2003. “Effectiveness of PowerPoint presentations in lectures”. Page 77-86 in *Computers & Education*, 41 (2003).
- Blokzijl, Wim & Roos Naeff. 2004. “The Instructor as stagehand. Dutch Student Responses to PowerPoint”. Page 70-77 in *Business Communication Quarterly*, Vol 67, No 1. Marts.
- Carruthers, Mary & Jan M. Ziolkowski (ed.). 2002. *The Medieval Craft of Memory. An Anthology of Texts and Pictures*. University of Pennsylvania Press. Philadelphia. Columbia Accident Investigation Board. 2003. Report volume 1. August 2003.
- Eysenck, Michael W. 2001. *Principles of cognitive Psychology*. 2nd Edition. Psychology Press. East Sussex
- Erstad, Ola. 2004 “Mediekompetanse in det sosiokulturelle felt”. Page 215-235 in *Norsk Medietidsskrift*, årg. 11, nr. 3.
- Fagerjord, Anders. 2005 “Prescripts: Authoring With Templates”. *Kairos*. Vol 10. Iss. 1. Fall 2005. (published at <http://english.ttu.edu/kairos/10.1/binder2.html?coverweb/fagerjord/index.htm>)
- 1)
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. Basic Books. New York.
- Guernsey, Lisa. 2001. “PowerPoint invades the Classroom”. *New York Times*, May 31, 2001.
- Jaffe, Greg. 2000. “Pentagon cracks down on ... PowerPoint”. *Wall Street Journal Online* 25/4-2000. Downloaded from: http://news.zdnet.com/2100-9595_22-502314.html
- Keller, Julia. 2003. “Is PowerPoint the devil?”(posted on www.siliconvalley.com 22 January, 2003)
- Loisel, Meghan & Rachel Samantha Galer. 2004. “Uses of PowerPoint in the 314L Classroom”. *Computer Writing and Research Lab. White Paper Series: # 040505-3*
- Mahin, Linda. 2004. *Powerpoint Pedagogy*. Page 219-222 in *Business Communication Quarterly*. Vol. 67. No. 1, March 2004.
- Meyer, Richard E. 2001 (2003). *Multimedia Learning*. Cambridge University Press. Cambridge.

- Meyer, Richard E. & Roxana Moreno. 2003. "Nine Ways to Reduce Cognitive Load in Multimedia Learning". Page 43-52 in *Educational Psychologist*, 38 (1). Lawrence Erlbaum Associates.
- Meyers, Greg. 2000. "Powerpoints: Technology, Lectures and Changing Genres". Page 177-191 in (red) Anna Trosborg: *Analysing Professional Genres*. John Benjamins Publishing Company. Amsterdam/Philadelphia.
- Miller, George A. 1956. "The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on our Capacity for Processing Information". *Psychological Review*, 63 (1956), 81- 97). (posted at www.well.com/user/smalin/miller.html)
- Moreno, Roxana & Richard Mayer. 1999. "Visual Presentations in Multimedia Learning: Conditions that Overload Visual Working Memory". Page 793-800 in (ed.) Dionysius P. Huijsmans & Arnold W.M. Smeulders: *VISUAL'99, LNCS 1614*. Springer-Verlag, Berlin. Heidelberg.
- Norvig, Peter (undated) <http://www.norvig.com/Gettysburg/> (accessed 27.04.06) Paivio, Allan. 1978 "A Dual Coding Approach to Perception and Cognition". Page 39-52 in (ed.) Herbert O. Pick Jr. & Elliot Saltzman (ed.) *Modes of Perceiving and Processing Information*. Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, New Jersey.
- Paivio, Allan 1971 (1979) *Imagery and Verbal Processes*. Lawrence Erlbaum. Hillsdale, New York.
- Parker, Ian. 2001. "Absolute Powerpoint. Can a software package edit our thoughts". Page 76ff in *The New Yorker*, 28 May (Annals of Business Section).
- Pece, Gregory S. 2005. *The PowerPoint Society: The influence of PowerPoint in the U.S. Government and Bureacracy*. Thesis submitted to the Faculty of Virginia Polytechnic Institute and State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Political Science. Blacksburg, Virginia.
- Postman, Neil. 1985. *Amusing ourselves to death. Public discourse in the age of show business*. Heinemann. London.
- Potter, James W. 2005. *Media literacy*. Sage Publications Thousand Oaks, California.
- Shaw, Gordon, Robert Brown, & Philip Bromilley. 1998. "Strategic Stories: How 3M Is Rewriting Business Planning". Page 3-8 in reprint no. 98310 of *Harvard Business Review*. May-June 1998
- Shwom, Barbara L. & Karl P. Keller. 2003. "The Great Man Has Spoken. Now What Do I Do?". A Response to Edward R. Tufte's "The Cognitive Style of PowerPoint". *Communication Insight*, Vol 1. Issue 1. October 2002. Newsletter from the company CommunicationPartners. (Last downloaded from www.communipartners.com 7/1-2005)
- Simpson, Claude L., Lissa Pollacia, Jimmy Speers, T. Hilman Willis & Rick Tarver. 2003. "An Analysis of Certain Factors Related to the Use of PowerPoint". Page 73-83 in *Communications of the International Information Management Association*, Volume 3, Issue 2.
- Szabo, A. & N. Hastings. 2000. "Using IT in the undergraduated classroom: should we replace the blackboard with PowerPoint". Page 175-187 in *Computers & Education*, 35 (2000).
- Thompson, Clive. 2003. "PowerPoint Makes You Dumb". *New York Times*. 14/12-2003.
- Tufte, Edward R. 1990. *Envisioning Information*. Graphics Press. Connecticut.
- Tufte, Edward R. 2003. *The Cognitive Style of PowerPoint*. Graphics Press. Connecticut. Yates, Jo Anne & Wanda Orlikowski (under publication): "The PowerPoint Presentation and Its Corollaries" in Mark Zachery and Charlotte Thralls (ed.) *The Cultural Turn: Perspectives on Communicative Practices in Workplaces and Professions*. Baywood. New York.
- Yates, Frances A. 1966 (1974). *The Art of Memory*. University of Chicago. Chicago.

The functions of rhetoric in the Bulgarian public sphere

Mavrodieva, I. (2013). *The functions of rhetoric in the Bulgarian public sphere*

Автор: Ivanka Mavrodieva, SU University St. Kliment Ohridsky, Sofia

Заглавие: The functions of rhetoric in the Bulgarian public sphere

Страници: 13

Публикуване: JCCSEC Volume 2, Issue 2, 2013

Abstract: Political rhetoric in Bulgaria after 1989 has changed as a result of political, cultural, technological, social, philological, and media factors. The participants in the protests use social networks as virtual tribunes; Bulgarian citizens broadcast their civil demands in front of virtual audiences. Civil rhetoric is an instrument to involve the citizens in the political activities, to present the requests and suggestions of the Bulgarian citizens in front of the state institutions.

Keywords: Bulgaria; rhetoric; public sphere; dialogue; institutions; citizens; protests.

Реферирание:

Автор на текста „The functions of rhetoric in the Bulgarian public sphere“ е Ivanka Mavrodieva от „Department of Rhetoric”, SU University St. Kliment Ohridsky. Хипотезата на автора е, че в българската политическа реторика и при матрицата оратор-реч-аудитория след 1990 има нови трансформации. Виртуалната комуникация включва визуални и вербални елементи и гражданското красноречие има нови проявления. Според автора интернет променя функциите на реторическата комуникация. Авторът въвежда понятията „виртуална реторика“, „виртуална политическа реторика“, „визуална политическа реторика“. Мавродиева изяснява новите жанрове в интернет видео конференция, уебинар, виртуален форум и постове. Описва се жанра „пост“. Въвеждат се характеристиките на политическото говорене в България след 1990 г. Анализира се гражданската реторика в интернет платформи като Twitter и Facebook. Направен е теоретичен обзор на българските учени, които са изследвали темата за гражданската реторика. Авторът изразява критика към липсата на виртуална диалогичност в реториката на политиците. Извежда новите вариации на матрицата оратор-реч-аудитория. Описват се спецификите на новата гражданска реторика в интернет. Анализирани са реторическите изяви на летните протести от е-гражданите/e-citizens, изведени са слогани и е направен виртуален реторичен анализ на диалога между институциите и българските граждани. Резултатите са организирани по модела на учените Jos van den Broek, Willam Koetsenruijter, Jaap de Jong, Letitia Smit от книгата „Visual Language. Perspectives for both Makers and Users” (110-111). Моделът на реторически визуален анализ е реконструиран на базата на реторическите канони и принципи. Моделът включва 6 фази: първата е “0” и включва анализ на комуникативната ситуация, кой е изпращача на съобщението, какъв е каналът и др. Фаза 1 е наречена “Inventio” и определя изборът на това, което се изобразява. Фаза 2 включва следващия реторически канон (Dispositio) и определя формалното оформяне на изображенията. Фаза 3 (Elocutio) определя изразните средства, които се открояват. Фаза 4 включва ethos, pathos, logos и определя до каква степен трите способа на убеждени се прилагат. Последната фаза 5 е етапът на финална оценка и въпросът относно целите на изследването са “Как цели това изображение да убеди и доколко ефективно са подбрани способите за убеждение?” Анализирани са 300 снимки, видео клипове, публикации в социалните мрежи Facebook, Twitter. Жанровете и материалите са постове, видео клипове, карикатури, снимки, послания, съобщения, речи и др. Методът на изследване е интердисциплинарен и включва реторически анализ и визуален реторически анализ и е подходящ за изследвания в сферата на визуална виртуална реторика в TED.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията Силва Димитрова:

Aristotle. Rhetoric. Book I. Chapter 2. Last modified Mach 15, 2004, Web. 6 January 2013, <<http://rhetoric.eserver.org/aristotle/rhet1-2.html>>.

Broek, van den Jos and Willam. Koetsenruijter, Laap de Ling, Letitia Smit. Visual Language. Perspectives for Both Markers and Users. Hague: Eleven International Publishing. 2012. Print.

Dichev, Ivaylo. Virtual Citizens. Party with MP3?, New Young and New Media, Institute Open Society, Sofia, 2010: 14-44. Print.

Ilie, Cornelia. Discourse and Metadiscourse in Parliamentary Debates, Journal of Language and Politics, 1(2) (2003): 269-291. Print.

Ilie, Cornelia. Histrionic and Agonistic Features of Parliamentary Discourse, Studies in Communication Sciences, 3(1) (2003): 25-53. Print.

Karasimeonov, Georgi. Bulgarian Party System. Sofia: Nik, 2010. Print.

Kock, Christian and Lisa, Villadsen. Rhetorical Citizenship as a Conceptual Frame in Academe: or What We Talk About When We Talk About Rhetorical Citizenship. 2012. Rhetorical Society of Europe – RSE4, January 2013. Web. 20 May 2013. <<http://rhetoricinsociety.hum.ku.dk/papers-powerpointsand-books/>>.

Krasteva, Anna. Political Images, Journal Political Researches, 4 (2007): 79-102. Print. IJCCSEC Volume 2, Issue 98 2, 2013

Krasteva, Anna. E-campaign without E-policy? 2011. Virtual Agora. Web. 20 June 2011. <<http://www.virtual-agera.org/display.php?bg/publications/48>>.Krasteva, Anna. “Digital Indignant Citizens”. The Digital Citizen. Sofia: New Bulgarian University Press, 2013: 99-118. Print.

Lewinski, Marcin. Internet Political Discussion Forums as an Argumentative Activity Type. A Pragma-Dialectical Analysis of Online Forums of Strategic Manoeuvring in Reacting Critically. Lugano-Amsterdam: Sic Sat. 2010. Print.

Mavrodieva, Ivanka. Virtual Rhetoric: from Diaries to Social Media. Sofia: Sofia University Press. 2010. Print.

Mavrodieva, Ivanka. Political Rhetoric in Bulgaria: from Meetings to Web 2.0 (1989-2012). Sofia: Paradigma. 2012. Print.

Mavrodieva, Ivanka. “Civil rhetoric of the protests: from the streets across media to the virtual agora”. The Digital Citizen. Sofia: New Bulgarian University Press, 2013: 248-267. Print.

Otava, Ildiko. “Eco-mobilizations in Bulgaria: of-line and online”, The Digital Citizen. Sofia: New Bulgarian University Press, 2013: 148-160. Print.

Todorova, Irena. “Internet mobilizations: the generations and the participation”. The Digital Citizen. Sofia: New Bulgarian University Press, 2013:161-172. Print

Zaleska, Maria. Rhetorical Patterns of Constructing the Politician’s Ethos. Chap. two. Rhetoric and Politics. Central/Eastern European Perspectives. ed. by M. Zaleska. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2012: 29-50. Print.

Verbal and Visual Features of Web-writing in academic sites and blogs

Mavrodieva, I. (2012) Verbal and Visual Features of Web-writing in academic sites and blogs

Автор: Ivanka Mavrodieva, Sofia University, Bulgaria,

Заглавие: Verbal and Visual Features of Web-writing in academic sites and blogs

Страници:10

Публикуване: Conference on British and American Studies 9th edition Transylvania University press, Brasov

Abstract: This study examines specific features of the web-writing as part of the virtual communication. The sites of the scientific and educational institutions are traditional format but the academic blogs are relatively new phenomena, which have developed dynamically during the last years in Bulgaria. The scientific sites follow the traditional model of web-writing, some of them are designed in accordance with the standards but others are between Web 1.0 and Web 2.0. More academic bloggers write in accordance with the best models of academic writing of Web 2.0. and they are ready to take part in interactive communication. The posts in Bulgarian academic blogs present not only scientific content but expert opinions and popular information, as well. The academic bloggers create multimodal texts including verbal and visual elements: short sentences, brief paragraphs, photos, video clips and hyperlinks.

Реферирани от Силва Димитрова:

The paper is an attempt to present the results of a research on verbal and visual elements in 50 academic sites and 100 academic blogs. There is a combination of two approaches: a brief historical observation and the introduction of the main terms and notions, starting from the basic ones and continuing to the new terms incorporated gradually in the functional terminology of the field of virtual communication. After the theoretical framework the results of the research are presented. The focus is on the specific application of verbal and visual elements in the academic blogs and sites (academic,

scientific and educational websites). Analysis of types of academic bloggers, and academic web writing is conducted.

Автор на текста „Verbal and Visual Features of Web-writing in academic sites and blogs“ е Ivanka Mavrodieva от „Department of Rhetoric“, SU University St. Kliment Ohridsky.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Kress, G. (2003) Literacy in the New Media Age. London & New York: Routledge.

Mavrodieva, I. (2010) Virtual Rhetoric- from the Journals to the Social media. Sofia Sofia University Press.

Nielsen, A. E. (2002) Rhetorical Features of the Company Websites, in Paper from the Center for Internet research- CFI, Aarhus, 6, 3-30, online at http://cfi.au.dk/fileadmin/www.cfi.au.dk/publikationer/cfis_skriftserie/006_nielsen.pdf.

Oblinger, D. G., J. L. Oblinger (eds.) (2005) Education of Net Generation. Boulder, CO: Educase.

Pavlov, P. (2010) Online Journalism. Sodia: PH “Vanyo Nedkov”

Safko, L. D. K. Brake. (2009) The Social Media Bible. Tactics, Tools& Strategies for Business Success. New Jersey: PH John Wiley& Sons Wiley.

Shih, C. (2009) The Facebook Era: Tapping online Social Networks to Build Better Products, Reach New Audiences, and Sell more Stuff. Indiana: Prentice Hall Professional.

Toms, J. G. Belogusheva. (2009) Web-Site – Mission Possible. Sofia: PH Ciela.

Finnegan, Cara A. “Doing Rhetorical History of the Visual: The Photograph and the Archive.” In Defining Visual Rhetorics. Ed. Charles A. Hill and Marguerite Helmers. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 195-214.

Автор: Finnegan, Cara A.

Заглавие: “Doing Rhetorical History of the Visual: The Photograph and the Archive.”

Страници: 195-214.

Публикуване: Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Резюме от Силва Димитрова: Кара Финегън започва есето си “Създаване на реторическа история на визуалното: снимката и архива,” с дискусия на втората встъпителна реч на Франклин Рузвелт. Авторът я обрисова като картина на бедността, която разчита на оратора да я бъде видяна през неговите очи. Списание LOOK публикува няколко фотографии, направени от правителствени фотографи, които са в синхрон с речта. Финегън анализира изображенията, позовавайки се на работата на Дейвид Зарефски да разбере историята на реториката в и чрез фотографии като се сортират три момента в живота на изображението: създаване, репродуциране, и разпространение. Финегън използва две от общо четирите детектора на Зарефски за реторическа история: историческото изучаване на реторични събития което разкрива историята зад реторични събития каквито са създаването и репродуцирането и реторичното изучаване на исторически събития, което анализира целите на историята сама по себе си, също така и разпространението. Като използва инструменти на реторическата история, Финеган стига до заключение, че силите, които водят до произвеждането на изображения, за които се е говорило са напредъка във фотографията през 20-те години на 20. век, целите на проекта на ФСА и идеологията на списание LOOK да използва фотографии и да разказва истории. За репродукцията е целта на редактора да използва изображения на деца, за да събуди симпатия и драматични заглавия за да привлече вниманието на читателите. В следствие на реториката на разказа на LOOK да обвини жертвата докато репрезентира метафората на „забравения човек“ води до разпространението на снимките на ФСА, които се появяват другаде с друг дизайн и реторическо значение, като „икономическа гледна точка“ вместо „вражеска гледна точка“. Това е индикация за множеството дискурси на тема бедността.

Foss, Sonja K. (2004). "Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rhetorical Theory. In Defining Visual Rhetorics. Ed. Charles A. Hill and Marguerite Helmers. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. 303-314.

Автор: Foss, Sonja K.

Заглавие: "Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rhetorical Theory. In Defining Visual Rhetorics.

Страници: 303-314.

Публикуване: Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. Chapter 14.

Резюме от Силва Димитрова: Соня Фос в есето си "Стесняване на изучаването на визуалната реторика: Към трансформация на реторическата теория" предлага парадигма, с която може да се анализира и популяризира визуалното като реторика. Тя използва „канони“, за да направи ограничение на анализа. Изследователката пояснява начините, по които се дефинира реториката. Тя разделя термина „визуална реторика“ на две основни дефиниции – едната е артефакт, а другата е перспектива. Артефактът е изображението или обектът сам по себе си. А терминът се използва и като абстрактно съществително перспектива, когато представлява ядрото на научното поле на визуалната реторика. Следващият канон засяга този аспект на визуалната реторика, върху който се фокусира зрителят. Има три варианта: природа, функция и оценка. Природа: или физическото битие на артефакта, с представени и предложени елементи. Функцията зависи от ефекта, който артефактът има отделно от целта на автора. Оценката се отнася до функцията и засяга успеха и валидността на артефакта. Последният канон се отнася до подхода на оценявания, подходите са дедуктивен или индуктивен. Дедуктивният подход разчита на съществуващи методи, които се използват за оценка на дискурса, докато при индуктивния подход се приема, че съществуват разлики между визуалните и дискурсивните символи и се продължава по начин, който се съобразява с тези специфични разлики. Според автора вторият подход е допринесъл в по-голяма степен за развитието на визуалната реторика като наука. Заедно каноните целят анализа на визуалната реторика и да се подпомогне дефинирането нов жанр, появил се в резултат на съвременната наука.

Foss, Sonja K. "Theory of Visual Rhetoric." Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media. Eds. Ken Smith, Sandra Moriarty, Gretchen Barbatsis, and Keith Kenney. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum. 2005. 141-52.

Автор: Foss, Sonja K.

Заглавие: "Theory of Visual Rhetoric." Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media.

Страници: 141-52.

Публикуване: Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Резюме от Силва Димитрова Целта на "Теория на визуалната реторика" на Соня Фос е да се обърне внимание на въпроси и ограничения, които са свързани с визуалната реторика. Фос прави теоретичен обзор на проблемите, които срещат учените с включването на визуалното в полето на реториката, от липсата на специфично обучение на реториците в тази сфера до убежданието, че изображенията стоят по-ниско в сравнение със стандартната реторика (дискурс). Авторът продължава изложението с включването на основания, които подкрепят актуалността и влиянието на визуалната реторика. За основен фактор се посочват културните промени. Изследователката обяснява силните взаимовръзки, които изображенията биха могли да създадат, което обосновава нуждата от по-добро и по-цялостно разбиране на реторическата теория. Фос изяснява ефектите от поява на визуалната реторика. Първият е двузначността на термина – може да бъде използван като абстрактен или конкретен подлог: артефакт или конкретно значение, което изследва визуалното само по себе си. Перспективата или абстрактното значение е свързано с научната дисциплина, която се обособява. Фос разяснява, че за да се счита артефакт на визуалната реторика, има три условия: трябва да символизира нещо, да е било създадено целенасочено, да има реципиент, към когото е предназначено посланието.

Подобно на артефакта и перспективата на визуалната реторика има три характеристики: природа, функция и оценка. Оттук перспективата може да бъде разглеждана от две посоки с индуктивен или с дедуктивен подход. Дедуктивният подход е тясно свързан с подхода на стандартната реторика, докато индуктивният подход се фокусира на характеристики специфични за изображенията. И двата подхода се използват за изследване на визуалната реторика. Реториците придобиват адекватно разбиране на тези влиятелни изображения и символи.

Анотации от Десислава Стоичкова – докторант в катедра „Реторика“

„Виртуална реторика. От дневниците до социалните мрежи“

Автор: Иванка Мавродиева

Заглавие: „Виртуална реторика. От дневниците до социалните мрежи“

Страници: 231

Публикуване: 2010 г.

УИ „Св. Кл. Охридски“ – книга

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова: Книгата проследява особеностите на реториката от античността до Web 2.0., като надгражда традиционното познание за науката реторика през призмата на виртуалната комуникация и нейните особености. Широко са описани трансформациите на ораторското изкуство и новите особености, които се появяват пред виртуалния оратор и уменията, които трябва да се развиват при красноречието онлайн. Направени са изчерпателни анализи – визуален и вербален анализ на блоговете и реторически анализ на онлайн медиен дебат за блоговете, който са съотносими и към други уеб жанрове. Книгата разширява понятийния и теоретичен апарат за виртуалната реторика, а като особено голям принос може да се отбележи изготвеният изчерпателен речник на онлайн термините, поместен в края на изданието.

Реферирание: Книгата реферира към М. Левински, Лариса Катс, Сафко, Ж. Томс, Г. Белогушева, Б. Богданов, В. Руменчев, Д. Александрова, Аристотел, И. Дичев, М. Кастелс, Ф. Емерен, Запен и други.

В научната публикация се представя метод за анализ: реторически анализ; анализ на съдържанието; визуален анализ; анализ на видео и снимков материал

В научната публикация се представят резултати от анализите:

- Очертани са три тенденции при използването на визуални и вербални елементи в блоговете;
- Изведена е значимостта от медийния дебат за блоговете като възможност за използване на в. „Капитал“ като своеобразна трибуна за изразяване на обществено мнение от всякакви групи читатели.

В научната публикация е направен обзор на предходни методи и анализи по отношение на генезиса на интернет средата, развитието на реториката от традиционна до съвременна, през различните

В книгата изследването е поднесено изключително систематично, с множество приведени примери, реферирание към разнородни автори и източници на информация. Текстът е четивен, научно издържан и е своеобразен пионер в областта на виртуалната реторика в българската научна общност, то, както и количествени и качествени анализи, спрямо виртуалната среда като обект на

Реторическият анализ на виртуалната среда може да се използва в комбинация с визуален анализ, анализ на съдържание изследването и в моята тема.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 10.

„Уебкомуникацията, или комуникация в и чрез мрежата – формална, неформална и верифицираща“

Автор: Иванка Мавродиева

Заглавие: „Уебкомуникацията, или комуникация в и чрез мрежата – формална, неформална и верифицираща“

Страници: 5

Статия, сп. „Бизнес секретар“, бр. 1, 2010, 2-7.

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова: Статията разглежда проявленията на уебкомуникацията като разграничава информацията посредством използваните онлайн жанрове и степента на формалност на поместеното съдържание. Направени са разграничения между

видовете медии като същевременно е изтъкнато все по-относително крайното им разграничение с появата на интернет и електронните версии на медиите. Статията засяга и появата на социалните мрежи като нов онлайн канал за уебкомуникация, която може да има различна степен на официалност. Текстът засяга и особеностите на уебписането, които се налагат с новите медии.

В научната публикация се представя метод за анализ: сравнителен анализ.

В научната статия се засяга важноста от овладяване уменията за уебписане в контекста на уебкомуникацията. Приведени са основни елементи на уебписането, които формират в най-голяма степен успешния уебтекст.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 10.

How To Really Use LinkedIn

Автор: Jan Vermeiren, Bert Verdonck

Заглавие: How To Really Use LinkedIn

Страници: 234

Публикуване: 2011

Independent Publishing Platform - книга

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова:

Книгата разглежда в детайли възможностите на бизнес социалната мрежа LinkedIn и нейните приложения в бизнес комуникацията. Авторите обхващат всички важни точки от навигацията в мрежата – от това как да се изгради добър профил, през отделни функционални техники и поведение, което всеки потребител на мрежата трябва да знае, ако иска успешно да борави с LinkedIn. Книгата е полезно четиво за овладяване на съвременни реторически техники и похвати за успешно позициониране и изграждане на желан публичен образ във виртуалното пространство.

В книгата се представя метод за анализ: анализ на съдържанието

В книгата се представят резултати от анализа под формата на ценни съвети за правилно боравене с особеностите на бизнес социалната мрежа.

В книгата е разгърнат широк спектър от функционалности на бизнес мрежата, според различните публики, които могат да се възползват от нейните функционалности. Книгата е полезен наръчник за правилното използване на социалната мрежа.

Методът може да се използва в комбинация с реторически анализ и визуален анализ на виртуалната среда като обект на изследването и в моята тема.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 8.

„Нови проявления на реториката в интернет”

Автор: Иванка Мавродиева

Заглавие: „Нови проявления на реториката в интернет”

Страници: 7

Публикуване: 2014 г.

УИ „Св. Кл. Охридски” – Сборник с материали от научна конференция 26 ноември 2011 г., съст. Н. Стефанова, Г. Петрински.

Абстракт– аотиране от Десислава Стоичкова: Статията прави преглед на чуждестранни и български автори, които са изследвали различни аспекти на съвременната реторика онлайн. Текстът обръща внимание върху новите проявления на реториката и появяващите се термини в следствие на интернет и технологиите. Публикацията разглежда и особеностите на виртуалната аудитория и промяната в поведението на потребителите онлайн, което предполага и допълнителни умения на виртуалния оратор.

Реферирание: Н. Барбалес, Г. Крес, М. Левински, Й. Себьо, О. Цек, Анд. Лансфърд, Ал. Кьосев, Б. Богданов, Ст. Йотов, Ив. Дичев, Орл. Спасов, Пл. Павлов, О. Харизанова и др.

В научната публикация се представя метод за анализ: анализ на съдържанието

В научната публикация се представят резултати от анализи на посочените за рефериране автори.

В научната статия е направен сериозен разбор на новите проявления на реториката. Споменати са различни аспекти, които формират съвременната реторика с нейните особености.

Методът може да се използва в комбинация с реторически анализ и визуален анализ на виртуалната среда като обект на изследването и в моята тема.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 8.

„Нетикет”

Автор: Валерия Ангелова, Георги Маринов

Заглавие: „Нетикет”

Страници: 33

Публикуване: 2003 г.

Орбител АД – книга < <http://www.orbitel.bg/uploads/adminfckfiles/file/Netiket.pdf>>

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова: Книгата-наръчник представя задълбочени правила за успешно владеење на уебкомуникацията до общовалидни правила за онлайн поведение и използване на уебезика. Текстът дава и подробни разписания за грамотно владеење на имейл кореспонденцията и онлайн комуникацията, невербалния нетезик и най-популярните абревиатури във виртуалното пространство.

В научната публикация се представя метод за анализ: анализ на съдържанието.

Книгата систематично и изчерпателно представя основни особености на виртуалната комуникация и макар писана и публикувана преди повече от 10 години, тя звучи все така актуално.

Методът може да се използва в комбинация с реторически анализ и визуален анализ на виртуалната среда като обект на изследването и в моята тема.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 10.

Международни делови преговори и етика на бизнес отношенията

Автор: Джинет Сантоу, Марк Чанел

Заглавие: Международни делови преговори и етика на бизнес отношенията

Страници: 256

Публикуване: 2006 г.

СофтПрес – книга

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова: Книгата разглежда в дълбочина видовете делова кореспонденция и характеристики на деловото общуване, засягащи вербални, невербални и писмени форми на бизнес комуникацията. Задълбочено е наблегнато на изискванията за ефективна онлайн писмена комуникация и правилата за нетикет в бизнес условия. В текста е направен паралел между различните видове делова комуникация и характерните за всеки тип особености.

В научната публикация се представя метод за анализ: анализ на съдържанието, наблюдение.

Книгата представлява изключително полезно и интересно четиво, отнасящо се до бизнес комуникацията и нейното ефективно прилагане. Текстът е систематичен, изведени са много примери.

Методът може да се използва в комбинация с реторически анализ, анкетна карта, количествен анализ и визуален анализ на виртуалната среда като обект на изследването

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 10.

Връзки с обществеността и бизнескомуникация

Автор: Любомир Стойков, Валерия Пачева

Заглавие: Връзки с обществеността и бизнескомуникация

Страници: 466

Публикуване: 2007 г.

„От игла до конец” - книга

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова: Книгата представя различни аспекти на бизнескомуникацията и връзките с обществеността. Направен е преглед на различни автори и теории, изведени са основни понятия. Текстът представя най-често срещаните бариери в съвременното делово общуване, но прилага и примери на добрите практики в бизнескомуникацията и лидерството като неизменна част от бизнескомуникацията.

Реферирание:

В научната публикация се представя метод за анализ: анализ на съдържанието.

В книгата са представени важни въпроси от особеностите на бизнескомуникацията и редица практически примери и добри практики в деловото общуване. Текстът е интересен, но и практически ориентиран, което го прави ценен наръчник по бизнескомуникация.

Методът може да се използва в комбинация с анкетна карта, количествен и качествен анализ на поведението в LinkedIn, спрямо виртуалната среда като обект на изследване

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 9.

Content is King: Writing and editing Online (E-Marketing Essentials)

Автор: David Mill, David Chaffey

Заглавие: Content is King: Writing and editing Online (E-Marketing Essentials); второ издание

Страници: 211

Публикуване: 2011 г.

Oxford: Butterworth-Heinemann - книга

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова:

Книгата разглежда фундаментални правила за уебписането, които са изведени в добре структурирани отделни глави с много илюстративен материал и специално разписани чек-списъци след всеки раздел. Текстът е разделен в отделни тематични глави, които акцентират върху различни жанрове във виртуалната среда, приведени са примери за всеки жанр. Основен принос на авторите е разписването на подробен речник с абривиатури, използвани в онлайн средата по време на общуване.

В научната публикация се представя метод за анализ: анализ на съдържанието, сравнителен анализ, визуален анализ.

В научната публикация се представят резултати от наблюдение, извършено от самите автори върху предмета на изследване.

Книгата обхваща основни правила за уебписане, които за пръв път са толкова систематично и прегледно обединени по жанрови характеристики и особености. Текстът е четивен и е полезен както за ползване сред широка аудитория, така и за академични нужди по отношение на виртуалната среда и спецификите в нея.

Методът може да се използва в комбинация с реторически анализ, спрямо обекта на изследване.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 10.

Best Practices for Publishing Posts on LinkedIn

Автор: LinkedIn

Заглавие: Best Practices for Publishing Posts on LinkedIn

Страници: -

Публикуване: 2014 г.

Статия – <<http://www.slideshare.net/linkedin/everything-you-need-to-know-about-publishing-on-linkedin>>

Абстракт – аотиране от Десислава Стоичкова: Презентацията онаглеждава добрите практики за увеличаване влиянието на персоналния профил на потребител в LinkedIn, чрез стратифициране на съветите в отделни категории. Текстът очертава основни разлики във функционалностите на бизнес мрежата за различни цели и се фокусира върху възможността за генериране на съдържание чрез публикуване на авторски текстове. Разгледани са съвременни форми на ораторското майсторство във виртуална среда.

В публикация се представя метод за анализ: анализ на съдържанието, визуален анализ.

В публикацията се представят резултати от анализа под формата на съвети и добри практики

В презентацията са приложени нагледно и добре категоризирани примери за ефективно използване на LinkedIn профила на всеки потребител като част както от деловото общуване, така и като част от изграждането на положителен професионален имидж. Текстът е полезен и реално приложим на практика.

Методът може да се използва в комбинация с реторически анализ, визуален анализ, фокус групи и анкетна карта за по-цялостното картографиране на потребителското поведение в LinkedIn.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания – 10.

Атонации на Тодоро Симеонов – докторант в катедра „Реторика“

*Списък с публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания*²⁶

*Списък с анотирани публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания*²⁷

*Анотации на публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания*²⁷

Списък с публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания

1. Bako, R. (2012). Visual Rhetoric in Virtual Spaces. *Acta Sapientia Philologica*, 8. Изтеглено на 30 January 2015 г. от <http://ssrn.com/abstract=2125897>
2. Benito-Osorio, D., & Peris-Ortiz, M. (2013). Web 5.0: the future of emotional competences in higher. *Global Business Perspectives*, 274–287. doi:DOI 10.1007/s40196-013-0016-5
3. Bjørke, S. (2011). E-learning for sustainable development - rationale, strategies, choices and actions. Experiences from the study programme MSc in Development Management. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 7(2).
4. Bligh, B., & Lorenz, K. (2010). The Rhetoric of Multi-Display Learning Spaces: exploratory experiences in visual art disciplines. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 6(1).
5. Buhl, M. (2008). New teacher functions in cyberspace – on technology, mass media and education. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 4(1).
6. Dons, C. (2008). "... it is a major challenge to guide pupils in a field they believe they master." – student teachers on dealing with pupils' digital everyday. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 4(2).
7. Engebretsen, M. (2006). Making sense with multimedia. A text theoretical study of a digital format integrating writing and video. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 2(1).
8. Enochsson, A. (2007). Tweens on the Internet - communication in virtual guest books. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 3(2).
9. Hole, G., Larsen, A., & Hoem, J. (2010). Promoting the Good e-Teacher: Didactical Choices when developing e-pedagogical Competences. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 6(3).
10. Hugmeyer, A. (2011). Letting Our Students Speak: Enriching the Discourse about Feminist. *Master Thesis*. Oregon State University.
11. Kiesler, S., Boh, W. F., Ren, Y., & Weisband, S. (2007). Virtual Teams: High-Tech Rhetoric and Low-Tech Experience. Or K. Kraemer, & M. Elliott, *Computerization Movements and Technology Diffusion: From Mainframe to Ubiquitous Computing* (стр. 263-287). NJ: Information Today: Medford.
12. Larsen, A., Hole, G., & Fahlvik, M. (2007). Developing a Virtual Book – Material for Virtual Learning Environments. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 3(3).
13. Lunceford, B. (2015). Rhetorical Autoethnography. *Journal of Contemporary Rhetoric*, 5(1/2), 1-20.
14. Myatt, A. (2010). Human-Computer Interface Design for Online Tutoring: Visual Rhetoric, Pedagogy, and Writing. *Dissertation*. Georgia State University.
15. Nilsson, M. (2010). Developing Voice in Digital Storytelling Through Creativity, Narrative and Multimodality. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 6(2).

16. Nordseth, H. (2012). Adopting digital skills in an international project in teacher education. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 8(2).
17. Raffaghelli, J., Cucchiara, S., Persico, D. (2015), Methodological approaches in MOOC research: Retracing the myth of Proteus, *British Journal of Educational Technologies* 46 (3) 488–509, Special Issue: Massive Open Online Courses (MOOCs): ‘disrupting’ teaching and learning practices in higher education.
18. Rutten, K., & Soetaert, R. (2011). Intermediality, Rhetoric, and Pedagogy. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 13(3), 9.
19. Rybas , N., & Gajjala, R. (2007). Developing Cyberethnographic Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3). Изтеглено на 17 July 2015 г. от <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/282/619#g3>
20. Valtonen, T., Havu-Nuutinen, S., Dillon, P., Kontkanen, S., Vesisenaho, M., & Pöntinen, S. (2013). Challenges with social software for collaboration. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning. Two case studies from teacher training*, 9(1).

Списък с анотирани публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически анализ

1. Bako, R. (2012). Visual Rhetoric in Virtual Spaces. *Acta Sapientia Philologica*, 8. Изтеглено на 30 January 2015 г. от <http://ssrn.com/abstract=2125897>
2. Enochsson, A. (2007). Tweens on the Internet - communication in virtual guest books. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 3(2).
3. Hugmeyer, A. (2011). Letting Our Students Speak: Enriching the Discourse about Feminist. *Master Thesis*. Oregon State University.
4. Larsen, A., Hole, G., & Fahlvik, M. (2007). Developing a Virtual Book – Material for Virtual Learning Environments. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 3(3).
5. Lunceford, B. (2015). Rhetorical Autoethnography. *Journal of Contemporary Rhetoric*, 5(1/2), 1-20.
6. Myatt, A. (2010). Human-Computer Interface Design for Online Tutoring: Visual Rhetoric, Pedagogy, and Writing. *Dissertation*. Georgia State University.
7. Nilsson, M. (2010). Developing Voice in Digital Storytelling Through Creativity, Narrative and Multimodality. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning*, 6(2).
8. Raffaghelli, J., Cucchiara, S., Persico, D. (2015), Methodological approaches in MOOC research: Retracing the myth of Proteus, *British Journal of Educational Technologies* 46 (3) 488–509, Special Issue: Massive Open Online Courses (MOOCs): ‘disrupting’ teaching and learning practices in higher education.
9. Rybas , N., & Gajjala, R. (2007). Developing Cyberethnographic Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3). Изтеглено на 17 July 2015 г. от <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/282/619#g3>
10. Valtonen, T., Havu-Nuutinen, S., Dillon, P., Kontkanen, S., Vesisenaho, M., & Pöntinen, S. (2013). Challenges with social software for collaboration. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning. Two case studies from teacher training*, 9(1).

Анотации на публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания – Тодор Симеонов

Вакo, R. (2012). Visual Rhetoric in Virtual Spaces. *Acta Sapientia Philologica*, 8

Автор: Rozalia Klara Bako, Hungarian University of Transylvania

Заглавие: Visual Rhetoric in Virtual Spaces

Страници: 8

Публикуване: Acta Sapientia Philologica, 4(2)

Абстракт: The internet has reshaped the way organisations convey messages to their target audiences. Despite the availability of interactive web applications, online presence of companies, foundations, or governmental agencies lag far behind individual use. We propose a comparative case study of organisational online spaces, with a focus on ethno-pagan groups and movements from Romania and Hungary. Our analysis looks both at the use of Web 2.0 features like blogs, RSS feeds, video- and audio applications, and at the visual rhetoric of the ethno-pagan web pages under study. Main results show a minimal interactivity on the organisations' official web sites, and more advanced online communication practices on alternative spaces, such as Facebook and other social networking sites. Visual metaphors used are concerned with both religious iconography and right leaning political messages. This paper is part of a broader research project funded by the Institute for Research Programmes.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Hocks, Mary. 2013. Understanding Visual Rhetoric in Visual Writing Environment. College Composition and Communication pp. 629-656

Hoffman, Mary & Ford, Debra. 2010. Organizational Rhetoric. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

O'Reilly, Tim. 2007. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Communication & Strategies 65(1):17-37.

Prensky, Marc. 2001. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. On the Horizon 9(5): 1-6.

Warren, Samantha. 2012. Visual Studies in Organizations. In Bakó, Rozália Klára (ed.) The Chair: Visual Encounters with Power. Székek: Vizuális találkozások a hatalommal. Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület / Transylvanian Museum Society, pp. 124-132.

Реферирани от Тодор Симеонов:

В научната публикация се представят резултати от анализ на румънски и унгарски етно-пегън организации и тяхното присъствие в онлайн среда по отношение на интерактивността и визуалността. В научната статия се комбинират два метода за реторически анализ на онлайн присъствието на унгарски и румънски организации. Разглеждат се предходни методи и анализи, върху които се изгражда изследователският метод на проучване на Бако. Авторът комбинира два метода на изследване този на Hocks (2013) и на Hoffman, Mary & Ford, Debra (2010). Първият метод се занимава с оценяване на реторическия стил във виртуална среда по три критерия, а именно: позиция на аудиторията, прозрачност и хибридность. Вторият метод изследва визуалната реторика във виртуална среда посредством метода на Hoffman и Ford, базиран на Аристотеловите логос, етос и патос.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10: - 8.

Enochsson, A. (2007). Tweens on the Internet - communication in virtual guest books. Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 3(2).

Автор: AnnBritt Enochsson, The Interactive Institute, Stockholm

Заглавие: Tweens on the Internet - communication in virtual guest books

Страници: 14

Публикуване: Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 3(2).

Абстракт: Today digital communication is a natural part of young people's social life. It has increased drastically during the last few years, and there are still a lot of questions about what this means, and how this new media affects communication. This study focuses on young people of 11-13, i.e. the age between children and teenagers, also called tweens. In a large study, the overall aim is to see what communication in the Internet community LunarStorm means to them in their social life. This particular paper reports on the content of the asynchronous communication in the participants' digital guest books, which is one of the main channels for communication between the participants.

A group of 15 tweens from a small village in Sweden were studied when communicating in Sweden's largest Internet community, LunarStorm. The research method used was what is usually described as cyber ethnography. The contributions in the participants' digital guest books are not written by the guest book owners themselves, which means that the focus is on the collective aspects of this communication, and not from a specific children's point of view. Qualitative analyses were made of the content of 947 contributions in the participants' guest books in order to make a statistical analysis.

Most of the participants' communication was between friends in the same geographical neighbourhood concerning how things are going, what to do, when to meet and similar things. The contributions were divided into three categories: (1) Social chat (2) Chain letters, and (3) Messages incomprehensible to outsiders. The information-category was divided into three sub-categories depending on the emotions expressed. 44% of the total messages were considered as emotionally neutral information, 39% as kind or encouraging, and also with an aim to sort things out, and 6% of the total messages contained insults and elements of anger.

Among the younger users of the Internet community LunarStorm, the main reason to participate seems to be to keep in touch with already known friends. Being part of an already existing group continues and develops online. The positive tone among the participants in the community and the possibility to express difficult feelings, which have been reported on earlier from LunarStorm, still seem to be present.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Bjørnstad, T. L., & Ellingsen, T. (2004). *Onliners: A report about youth and the Internet*. Norwegian Board of Film Classification.

Dunkels, E., & Enochsson, A. (2007). *Interviews with Young People using Online Chat*. In M. Quigley (Ed.), *Encyclopedia of Information Ethics and Security*. Hershey: Idea Group Reference.

Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.

Livingstone, S., & Bober, M. (2005). *UK Children Go Online*. London: e-society.

Livingstone, S., & Bovill, M. (Eds.). (2001). *Children and their changing media environment*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Tapscott, D. (1997). *Growing up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.

Реферирание от Тодор Симеонов:

В научната публикация се разглеждат концепции за дигиталното поколение от ученици (11-13 години) и комуникацията, която те осъществяват в платформата LunarStorm. Конкретното изследване се фокусира върху асинхронната комуникация в тази платформа, осъществявана чрез „книгата за гости“. Използваният метод за изследване е т.нар. киберетнография (Markham, 1998) или виртуална етнография (Hine, 2000), комбиниран с качествен анализ на съдържанието на 947 интеракции в съответната „книга за гости“, които представляват съобрен корпус за формиране на статистика. Използвани са също и интервюта на всички участници, за да се рефлектира върху тяхното възприятие на интернет общността LunarStorm. Корпусът е разделен в три категории: социален чат, верижни имейли и съобщения, неразбираеми за външни хора. Информационните категории са разделени спрямо емоционалния тон на три подкатегории, като резултатите отчитат 44% неутрални съобщения, 39% позитивни и само 6% обидни или гневни коментари. Изнесените резултати показват, че интернет общността от ученици в LunarStorm се присъединяват, за да общуват най-вече с познати и приятели и да поддържат установените вече социални контакти, като в комуникацията преобладават неутралният и положителен тон.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10: - 7

Hugmeyer, A. (2011). Letting Our Students Speak: Enriching the Discourse about Feminist. Master Thesis. Oregon State University.

Автор: Andrea Doyle Hugmeyer, Oregon State University

Заглавие: Letting Our Students Speak: Enriching the Discourse about Feminist Pedagogy in the Virtual Classroom

Страници: 124

Публикуване: Oregon State University

Абстракт: The increasingly corporatized and privatized public university has resulted in significant role changes for students and faculty. Among these changes includes the development of online education and its proliferation among various disciplines to not only increase educational access, but to sustain budgetary program needs. Such processes are occurring in women's studies (WS) programs across the country, which can be problematic in terms of fostering a feminist classroom in virtual space. The purpose of this study is to examine key characteristics of feminist pedagogy and its implementation and effects it has on students in the online WS classroom, considering that WS courses seek to transform and empower students to create social change. This study utilizes qualitative feminist interviewing methods to derive common themes about feminist pedagogy from narratives by students who have taken online WS courses, traditional face-to-face courses, and a hybrid of both. Findings suggest that students who take online WS courses experience a more independent learning environment and tend to lack community building in their virtual classroom compared to students who take face-to-face courses. Findings also reveal that a majority of participants would choose traditional WS classes rather than online course options. Future research is recommended in the areas of more nuanced theorizing about a cyberfeminist pedagogy and using online web technologies to build community in virtual WS classrooms.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Berg, B. L. (2009). *Qualitative Research Methods: for the social sciences*. (7th edition). Boston, MA: Allyn & Bacon.

Bonk, C. J. & K. Kim. (2005). Future of e-learning in higher education and training environments. The annual conference on distance teaching and learning. Retrieved from: http://www.uwex.edu/disted/conference/Resource_library/.

Creswell, W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Elenes, C. A. (2001). Transformando fronteras: Chicana feminist transformative pedagogies. *Qualitative Studies in Education*, 14, 689-702.

Hoffman, S. J. (2011). *Teaching the humanities online: A practical guide to the online classroom*. Armonk, NY: M.E. Sharpe, Inc.

Jayarathne, T. E., & Stewart, A. J. (1991). Quantitative and qualitative methods in the social science: current feminist issues and practical strategies. In M. M. Fonow & J. A. Cook (Eds.), *Beyond methodology: feminist scholarship and lived research* (pp. 85-106). Bloomington: Indiana University Press.

Naples, N. A. (2003). *Feminism and method: Ethnography, discourse analysis, and activist research*. New York: Routledge.

Реферирани от Тодор Симеонов:

Настоящото магистърско изследване има за цел да проучи възможностите за онлайн феминистично обучение, като сондира информация от опита на студенти в специалности като науки за жената или джендър изследвания в университети в САЩ. Авторът използва дълбочинни интервюта на 13 студенти, и като разработва специални критерии за подбор, отчита демографските характеристики и опит при онлайн обучението в съответната специалност. Авторът проучва методите за феминистичните изследвания, които по произход са основно качествени. Разглежда методи в областта, разработени от Jayaratne & Stewart (1991), както и DeVault и Gross (2007). В разработката авторът отчита, че повишаването на осъзнатостта относно проблематиката – феминистичните изследвания и споделяният личен опит на интервюираните са педагогически метод за обучение в специалности, свързани с

изучаването на жената. Методът на интервю в тези изследвания се превръща в подходящ инструмент за настоящото проучване. Интервютата са провеждани и записвани в рамките от 15 до 25 минути. След транскрибирането им авторът проследява за наличието на общи теми и характеристики, които могат да се класифицират. Изследването чрез интервю има потенциала да се съчетае и с други методи, които да дадът представа за интеракцията на студентите с онлайн платформата, с инструктора и помежду си по време на това онлайн обучение.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10 – степен 4.

Larsen, A., Hole, G., & Fahlvik, M. (2007). Developing a Virtual Book – Material for Virtual Learning Environments. Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 3(3).

Автори: Anne Karin Larsen, Assistant Professor, Project Leader Bergen University College; Grete Oline Hole, Associate Professor, Bergen University College; Morten Fahlvik, Project Leader, The Media Centre, Bergen University College

Заглавие: Developing a Virtual Book – Material for Virtual Learning Environments

Страници: 27

Публикуване: Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 3(2).

Абстракт: This article describes the process of, and considerations taken when Virtual Learning Materials were developed for an international study in Comparative Social Work arranged by the VIRCLASS project. The steps taken and the elements included in the Virtual Book – A Guide to Social Work in Europe are presented in details to inform others who are planning to make virtual learning materials. Students from 11 countries in Europe participated, and their reception of this material and learning outcomes from using it are analysed and presented. Furthermore; the article discuss how the learning material contributes to students' learning, how a common understanding of practice enhances knowledge-building and in what way audio-visual learning material can contribute to good learning in e-learning courses. The results are discussed in relation to theories about composite texts and community of inquiry, and outlines some challenges for e-teachers' competences.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Biggs, J. (1999). What the Student Does: teaching for enhanced learning. Higher Education Research & Development. Vol. 18, No.1, 57-75. HERDSA

Creswell, J.W. (2007). Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches. California: Sage Publications, Inc.

Keefe, T. (2003). How to Develop Streaming Multimedia Lecture Presentations. Paper presented at the Eighth Annual Mid-South Instructional Technology Conference. Middle Tennessee State University, 30.03 – 01.04.2003. <http://www.mtsu.edu/~itconf/proceed03/110.html> (accessed 9.August

McGrann, R.T.R. (2006). Enhancing engineering computer-aided design education using lectures recorded on the PC. Journal Educational Technology Systems, Vol 34(2) 165- 175, 2005- 2006. Baywood Publishing Co. Inc.

Patton, M.Q. (1990). Qualitative Evaluation and Research Methods. Second edition. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publication, Inc.

Salmon, G. (2004). E-moderating: The key to teaching and learning online. London: Routledge Falmer 2007)

Рефериране от Тодор Симеонов:

В научната публикация се обсъжда проект за създаване на виртуално съдържание и платформа за обучение „Виртуална книга“ (Virtual Book). В проекта участват ученици и учители от 11 държави в Европа. Първоначалната фаза на проекта се състои в изграждане на самата платформа, изработване на материали и приложението им при е-обучението. За отчитането на резултатите от дейността си, авторите използват комбинация от количествени и качествени методи. За да проучат дали образователните критерии заложи в проекта са посрещнати, учените са провели две анкети след края на обучителните модули. Въпросите са

били както затворени, така и от отворен тип. Освен това са проведени и качествени телефонни интервюта с 6 ученици от различни страни участвали в модул 2 на обучението, както и събрана информация от обратна връзка от тях, участвали в обучението. Учителите също са преминали през анкетиране и групово интервю. Резултатите от изследването, представени в статията, обозначават възможностите за интегриране и ефективно използване на технологиите и виртуалното преподаване в обучението на ученици, както и необходимостта от това учителите да развиват нови технически компетенции и умения.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10 – степен 4

Lunceford B. (2015). Rhetorical Autoethnography. Journal of Contemporary Rhetoric, Vol. 5, No.1/2, 2015, pp. 1-20.

Автори: Brett Lunceford, Ph.D., The Pennsylvania State University, Editor of the Journal of Contemporary Rhetoric

Заглавие: Rhetorical Autoethnography

Страници: 20

Публикуване: Journal of Contemporary Rhetoric, Vol. 5, No.1/2, 2015, pp. 1-20.

Абстракт: Although autoethnography has been used in other fields, rhetorical scholars have been slow to embrace this methodology. However, a handful of examples of rhetorical criticism demonstrate how embracing the personal experiences of the critic and writing about those experiences can provide the reader with a greater understanding of rhetorical processes. This essay proposes some potential ways to connect rhetorical criticism and autoethnography by focusing on the role of emotion in rhetorical discourse and the role of the critic. The essay concludes with some broad guidelines for writing rhetorical autoethnography.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Benson, T., "Another Shooting in Cowtown," *Quarterly Journal of Speech* 67, no. 4 (1981): 347-406.

Ellis, C. and Bochner A., "Autoethnography, Personal Narrative, Reflexivity: Researcher as Subject," in *Handbook of Qualitative Research*, ed. Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln, 2nd ed., 733-68 (Thousand Oaks, CA: Sage, 2000).

Kenneth Burke, "The Rhetoric of Hitler's 'Battle'," in *The Philosophy of Literary Form: Studies in Symbolic Action* (Berkeley: University of California Press, 1973), 191.

Michael E. Pacanowsky and Nick O'Donnell-Trujillo, "Communication and Organizational Cultures," *Western Journal of Speech Communication* 46, no. 2 (1982): 115-130; Michael E. Pacanowsky and Nick O'Donnell Trujillo, "Organizational Communication as Cultural Performance," *Communication Monographs* 50, no. 2 (1983): 126-147.

Рефериране от Тодор Симеонов:

Авторът описва проучване и личния си опит с метода, наречен автоетнография. Той отбелязва, че методът бавно се възприема от изследователите на реториката и реторическите анализи. Дава кратка пътна карта за това как трябва да изглежда реторическата автоетнография:

1. Трябва да се опира на реториката, за да спомогне за осветляването на някои аспекти на реториката, било то по принцип или при конкретен реторическа изява.
2. Трябва да се уповава на опита на учения с конкретната реторическа изява. *So what should rhetorical autoethnography look like? With the perils of creating a rubric for a hybrid of methods which resist rubrics firmly in mind, here are some general guidelines.*
3. Трябва да се извършва честно, да остане ясна дори, ако някои детайли на реторическата изява не са запомнени коректно или са забравени.
4. Трябва да е написана добре и ангажиращо.

Авторът съставя кратък списък и апелира към читателя-учен, на базата на познанията си по реторика и личния си опит, чувства, история и пр., да използва метода при анализ на реторическа изява.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10 – степен 10:

Myatt, A. (2010). Human-Computer Interface Design for Online Tutoring: Visual Rhetoric, Pedagogy, and Writing. Dissertation. Georgia State University.

Автори: Alice J. Myatt, Georgia State University

Заглавие: Human-Computer Interface Design for Online Tutoring: Visual Rhetoric, Pedagogy, and Writing Center Websites

Страници: 262

Публикуване: Georgia State University, Scholar Works: www.scholarworks.gsu.edu

Абстракт: My dissertation examines the theory and praxis of taking an expanded concept of the human-computer interface (HCI) and working with the resulting concept to support a conversational approach for online tutoring sessions and the design of writing center websites that facilitate online tutoring. I posit that my research will yield a deeper understanding of the visual rhetoric of human-designed computer interfaces in general and writing center online tutoring websites in particular, and will, at the same time, provide support and rationale for the use of interactive digital technologies in writing center website design that utilize the space within the interface to foster a conversational approach to online tutoring, an outcome that the writing center community strongly encourages but acknowledges is difficult to achieve (Bell, Harris, Harris and Pemberton, Gillespie and Lerner, Hobson, Monroe, Rickley, Thomas et. al). Most scholarship encourages (or, at least, accepts) the use of online tutoring sessions--asynchronous (e.g., e-mail) and synchronous (e.g., realtime chat)--to assist student writers in their writing projects, but too often discussions center on technological tools and the best, or easiest, ways to use such tools; I believe that ongoing research and scholarship should reflect more deeply about the pedagogical issues involved in the spaces and places of online tutoring of writers, and again, understanding the rhetorical nature of the human-computer interface is vital to a sound pedagogical approach for the online tutoring of writing. In classroom and tutoring settings, the human-computer interface has become more than a mediator, more than a contact point: it is the scene of action and activity, a scene of life (Anderson). For contemporary society, the human-computer interface is more than just a facilitator of collaborative work: it is becoming a place where contact not only occurs, but a place within which contact occurs (Skjulstad and Morrison). More than providing a space for online tutoring sessions between inexperienced student writers and writing tutors, however, writing center websites that use interactive technologies enhance conversation among online writers, even as the physical space of Georgia State's current Writing Studio provides a place for writers to gather, talk, and exchange ideas. The research I present in this dissertation, while incorporating scholarship from a variety of disciplines, draws together strands of scholarship from three primary, specific disciplines: visual rhetoric, composition studies, and writing center studies. At times, each of these fields draws from other disciplines such as human-computer interface design, social sciences, and information management, and thus, where appropriate, I incorporate work from such fields. My dissertation begins with a chapter addressing the background of my interest in this research and the relevancy of human-interface studies to the fields of composition and writing center studies; it then elucidates the research questions that form the basis for my investigations. In the second chapter, I move into a discussion of literature relevant to my particular project. Following the background and literature review chapters, I discuss my chosen methodology and methods in Chapter Three. Chapter Four discusses the results of the case study, presenting what was learned from the project. In Chapter Five, I report on the outcomes from designing the Writing Studio website interface prototype and report on the results of the visual rhetorical analyses that were part of the interface prototype design. In that chapter, I connect the conversational approach to tutoring writing to the visual by using the tools of visual rhetorical analysis, and the chapter concludes with the presentation of the website interface prototype that will hopefully support the tutoring of writing at Georgia State University. Was the interface design successful? What lessons can be learned from the research? Chapter Six presents the conclusions and recommendations of this study, and the dissertation ends with a list of works cited and appendices that present the research tools and other information that supported my work.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Hocks, Mary E. —Understanding Visual Rhetoric in Digital Writing Environments. College Composition and Communication 54:4 (2003): 629-656. Print.

Kress, Gunther, and Theo van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd ed. New York: Routledge, 2006. Print.

Kress, Gunther. —Multimodality, Multimedia, and Genre. *Visual Rhetoric in a Digital World: A Critical Sourcebook*. Ed. Carolyn Handa. Boston: Bedford/St. Martins, 2004; 38-54. Print.

Lloyd, Margaret, and Stuart Irvine. —Digital pedagogy: Finding the balance in an online learning and teaching environment. *ascilite 2005: Balance, Fidelity, Mobility: maintaining the momentum?* 375-378. Print.

Nielsen, Jakob. —Heuristic evaluation. *Usability Inspection Methods*. Ed. J. Nielsen and R.L. Mack. New York, NY: John Wiley & Sons, 1994. Print.

—Ten Usability Heuristics. *UseIt.com*. Jakob Nielsen. 2010. Web. 26 Sept. 2010.

—F-Shaped Pattern For Reading Web Content. *Jakob Nielson's AlertBox*, April 17 2007. *UseIt.com*. Jakob Nielson 2010. Web. 30 Sept. 2010. http://www.useit.com/alertbox/reading_pattern.html

Paloff, Rene M., and Keith Pratt. *Building Online Learning Communities: Effective Strategies for the Virtual Classroom*. San Francisco: Wiley, 2007. Print.

Porter, James E., and Patricia A. Sullivan. "Repetition and the Rhetoric of Visual Design." *Repetition in Discourse: Interdisciplinary Perspectives, Volume II*. Ed. Barbara Johnstone. Norwood, NJ: Ablex, 1994. 114-29. Print.

Smith, Kenneth. —Introduction. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods and Media*, edited by Ken Smith, Sandra Moriarty, Gretchen Barbatsis and Keith Kenney. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. Print.

Реферирание от Тодор Симеонов:

Докторантът фокусира изследването си върху интеракцията човек - компютър при онлайн обучението под ръководството на Мари Хокс и изследва визуалната реторика във виртуална среда. Авторът на изследването съчетава качествени визуален реторически анализ и педагогически анализ. Визуалният анализ има за цел да изследва визуалния дизайн и ефектите на уебсайта, докато педагогическият цели изследване на установените стандарти за обучение. Успешният анализ трябва да съчетае, според автора, контекста и специфичните институционални изисквания на изследваните обекти, към предмета на изследване, а именно онлайн обучението в академична среда. Авторът използва качествени методи на анализ, за да изследва използването на контрасти, повторения, цветове, шрифтове, различната подредба на сайтовете и т.н., с цел достигане до детайла и пълнотата на комуникацията и тюторството в подобни обучителни платформи, до които количествените методи на анализ не биха могли да се докоснат.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10: Степен 10.

Nilsson, M. (2010). Developing Voice in Digital Storytelling Through Creativity, Narrative and Multimodality. Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 6(2).

Автор: Monica Nilsson, Department of Didactic Science and Early Childhood Education, Stockholm University

Заглавие: Developing Voice in Digital Storytelling Through Creativity, Narrative and Multimodality

Страници: 13

Публикуване: Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 6(2).

Абстракт: For Simon, who is nine years old, reading and writing are obstacles rather than tools. However, when offered the opportunity to create digital stories, Simon becomes deeply engaged. He creates complex stories within different genres based on a variety of subjects. He both expresses and creates meaning through his digital storytelling. He develops what Elbow calls 'voice.' In the paper I argue that digital storytelling became a resource for Simon which triggered his interest in literacy

because of two specific features: multimodality and narrative. Vygotsky's work on development of literacy and creativity comprise a theoretical point of departure and I claim that new media has the potential to play a significant role in this realm.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Hull, G., & Nelson, M., E. (2005). Locating the Semiotic Power of Multimodality. *Written communication*, 22(2), 224-261.

Kress, G. (2003). *Literacy in the Media Age*. London: Routledge.

Kress, G., Jewitt, C., Ogborn, J., & Tsatsarelis, C. (2001). *Multimodal Teaching and Learning: The Rhetorics of the Science Classroom*. London and New York. Continuum.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*.

Lambert, J. (2002). *Digital Storytelling*. Digital Diner Press.

NewLondonGroup (1996). *A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures*. *Harvard Educational Review*, 66, 60-92.

Nilsson, M. (2008). *Digital Storytelling: A Multidimensional Tool in Education*. In T. Hansson (Ed.), *Handbook of Digital Information Technologies: Innovations, Methods and Ethical Issues*. Idea Group Publishing.

Vygotsky, Lev S. (1978). *Mind in Society*. Harvard University Press.

Vygotsky, L. S. (2004). *Imagination and Creativity in Childhood*. *Journal of Russian and East European Psychology*, 42(1), 7-97.

Рефериране от Тодор Симеонов:

В научната публикация се разглеждат концепции за грамотността и по-конкретно как дигиталнобазираните задачи и активности могат да разгърнат потенциала на децата и младите хора по такъв начин, те да комуникират преживявания, да изследват нови значения и знание, както и да се самопредставят и самоизразяват. Авторът базира проучването си върху теориите на Виготски относно развитието на писмения език, както и мултимодалността, за която Крес говори в проучванията си – текстът и образът трябва да се анализират отделно. Използваният метод за изследване е визуален анализ по Крес и Мачин, като основава изследването върху три основни метафункции: *идейна* (кой или какво е въввлечено в съответния процес или връзка) – съдържа идеи отвъд системата си от знаци; *интерперсонална* – комуникира социалната и афективна връзка между оратора и аудиторията; *текстовата* метафункция разкрива кохерентността на цялото, жанровете и как отделните части са свързани заедно. В резултатите авторът посочва, че учениците в двата случая възприемат добре дигиталния разказ като метод на обучение, защото той не ги заключва само в границите на писмения и говорим език, а съчетава мултимодалността – текст, снимки, звук и т.н. Статията дава основа да се оцени потенциалът на това изследване като пример за нови педагогически подходи, базирани на мултимодалността и използването на мултимедия в образованието, с цел да се предразположи учениковата личност към креативност в процеса на учене. Тази креативност би могла да генерира образованост и развитие на грамотността при подрастващите.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10. Степен 9.

Raffaghelli, J., Cucchiara, S., Persico, D. (2015), Methodological approaches in MOOC research: Retracing the myth of Proteus, *British Journal of Educational Technologies* 46 (3) 488–509, Special Issue: Massive Open Online Courses (MOOCs): ‘disrupting’ teaching and learning practices in higher education

Автор: Raffaghelli, J., Cucchiara, S., Persico, D.

Заглавие: Methodological approaches in MOOC research: Retracing the myth of Proteus

Страници: 23

Публикуване: *British Journal of Educational Technologies* 46 (3), 488–509, Special Issue: Massive Open Online Courses (MOOCs): ‘disrupting’ teaching and learning practices in higher education

Абстракт: This paper explores the methodological approaches most commonly adopted in the scholarly literature on Massive Open Online Courses (MOOCs), published during the period January 2008 - May 2014. In order to identify trends, gaps and criticalities related to the methodological approaches of this emerging field of research, we analyzed 60 papers selected across four relevant scientific databases plus one journal in the sector of eLearning that published a special issue on this topic. The emerging picture is that of a research field in its infancy, heavily relying on theoretical research and case studies, which is just beginning to identify suitable methods to deal with large cohorts of learners, very large amounts of data and new ways of learning. The state-of-the-art is also quite fragmentary, due to the different epistemological and ontological conceptions of the authors of the papers about the nature of the issues faced and the way they should be studied. In this paper, we compare the problems related to the definition of the methodological approaches in this research field with the Greek myth of Proteus, the elusive, multiform divinity whose wisdom would only be revealed to those capable of catching him. We therefore advocate the need for catching Proteus, that is, better identifying and choosing the methodological approaches for MOOC research as a condition for its development.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Anderson, T., & Shattuck, J. (2012). Design-Based Research: A Decade of Progress in Education Research? *Educational Researcher*, 41(1), 16–25. doi:10.3102/0013189X11428813

Andrews, R., & Haythorntwaite, C. (2007). *The SAGE Handbook of E-learning Research*. (R. Andrews & C. Haythorntwaite, Eds.) (p. 560). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Brown, A. L. (1992). Design Experiments: Theoretical and Methodological Challenges in Creating Complex Interventions in Classroom Settings. *Journal of the Learning Sciences*, 2(2), 141–178. doi:10.1207/s15327809jls0202_2

Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2014). *SAGE Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. (A. Tashakkori & C. Teddlie, Eds.) (2nd Edition, p. 893). Thousand Oaks, CA: SAGE.

Trifonas, P. P. (2009). Deconstructing research: paradigms lost. *International Journal of Research & Method in Education*, 32(3), 297–308. doi:10.1080/17437270903259824

Рефериране от Тодор Симеонов:

В научната статия е направен опит да се изследва методологията на събиране на данни и анализирането им в областта на провеждане на масови отворени онлайн курсове (МООК или МООС на английски). Изследвани са 60 статии и един журнал, с което авторите правят значително проучване на методите, използвани при анализ на МООК. Изследват се целта на проучването, научната парадигма, методът за събиране на информация, методът за анализ на информация, както и типа на проучването. В научната статия се разкрива тенденция към използване на класически установени методи на събиране на данни и анализ като кейс стъди, анкета, интервю, интервенция и др., както и такива за анализ на данните като описателен анализ, статистически анализ, дискурсивен анализ и др. В заключение авторите отбелязват, че сферата на МООК обучението е нова сфера от академичен интерес и прогнозира развитие на нови методи за анализ.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10. Степен 6.

Rybas , N., & Gajjala, R. (2007). Developing Cyberethnographic Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3). Изтеглено на 17 July 2015 г. от <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/282/619#g3>

Автор: Natalia Rybas, PhD Candidate at the School of Communication Studies of Bowling Green State University, Radhika Gajjala, Assoc. Professor at the School of Communication Studies of Bowling Green State University

Заглавие: Developing Cyberethnographic Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities

Страници: 12

Публикуване: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(3).

Абстракт: In this essay, we discuss the production of subjectivities at the intersection of local/global and online/offline environments through an engagement with the contexts ethnographically, to illustrate a methodology based on epistemologies of doing. We suggest that researchers studying the production of identity in technospaces must engage in the production of culture and subjectivity in the specific context while interacting with others doing the same in order to gain a nuanced understanding of how identities are formed and performed in such socio-economic environments. Identities thus produced are central to the workings of community situated in specific social, economic and cultural practices and structures of power. Through examining practices that shape these identity formations within various technological environments, we can work towards developing theoretical frameworks that actively shift hierarchies of oppression.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Hull, G., & Nelson, M., E. (2005). Locating the Semiotic Power of Multimodality. *Written communication*, 22(2), 224-261.

Kress, G. (2003). *Literacy in the Media Age*. London: Routledge.

Kress, G., Jewitt, C., Ogborn, J., & Tsatsarelis, C. (2001). *Multimodal Teaching and Learning: The Rhetorics of the Science Classroom*. London and New York. Continuum.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*.

Lambert, J. (2002). *Digital Storytelling*. Digital Diner Press.

NewLondonGroup (1996). A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures. *Harvard Educational Review*, 66, 60-92.

Nilsson, M. (2008). Digital Storytelling: A Multidimensional Tool in Education. In T. Hansson (Ed.), *Handbook of Digital Information Technologies: Innovations, Methods and Ethical Issues*. Idea Group Publishing.

Vygotsky, Lev S. (1978). *Mind in Society*. Harvard University Press.

Vygotsky, L. S. (2004). Imagination and Creativity in Childhood. *Journal of Russian and East European Psychology*, 42(1), 7-97.

Реферирани от Тодор Симеонов:

В разработката авторите теоретизират създаването на расата и утвърждаването ѝ във всекидневния онлайн/офлайн праксис. Обект на изследването са бакалавърски и магистърски курсове, в които студентите са ангажирани в практически проекти и активности, които са опосредствани от технологиите – по този начин фокусът на изследването попада в киберпространството. Методът на изследване, използван за нуждите на проучването, е киберетнография – писмено представяне на дадена култура в дигитална среда. За разлика от класическото етнографско изследване, което наблюдава и описва особеностите на дадена общност в определен културен контекст, киберетнографията предполага мултифасетна социална среда, в която Интернет е част и пространство от всекидневния живот. В конвенционалната етнография изследователят се посвещава на изследваната общност, като заживява в нея с цел да я наблюдава. Такова преживяване свързва киберетнографията и с критично етнографското ангажиране, според авторите на изследването. Първоначално киберетнографът става част от средата, от начина на живот и си осигурява рамката за наблюдение и интерпретация. С други думи, изследователят се включва в епистимологичното пространство на изследваната общност. В конкретния случай става дума за присъединяването на изследователите в съответната онлайн общност, докато те изграждат и поддържат свои социални мрежи. Този принцип на работа включва рефлексивен подход при интерпретирането на изучаваната среда. В научната статия се извежда заключението, че расовата идентичност и идентичността като цяло, не могат да бъдат извадени от социално-икономическите и културни контексти.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10. Степен 8.

Valtonen, T., Havu-Nuutinen, S., Dillon, P., Kontkanen, S., Vesisenaho, M., & Pöntinen, S. (2013). Challenges with social software for collaboration. Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning. Two case studies from teacher training, 9(1).

Автор: Teemu Valtonen, Sari Havu-Nuutinen, Patrick Dillon, Sini Kontkanen, Mikko Vesisenaho, Susanna Pöntinen, Faculty of Philosophy, University of Eastern Finland

Заглавие: Challenges with social software for collaboration. Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning. Two case studies from teacher training

Страници: 14

Публикуване: Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 9(1).

Абстракт: This paper provides an insight into challenges with collaborative learning using social software. It reports two case studies conducted in a teacher training department in a Finnish university. Although the case studies were concerned with providing teacher students with inspiring and motivating experiences of using ICT in pedagogically meaningful ways, the research design was set up so that challenges could be identified and investigated. Results reveal several factors that are related to challenges of learning collaboratively with social software. The main challenge concerns students' understanding of what it means to learn collaboratively. It would seem that the added value of interaction and collaboration is poorly recognised. Furthermore, implications for teacher training are discussed.

Списък с автори, писали по темата, селектирани от статията:

Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39 (5), 775–786.

Boyd, D. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*. (pp. 119-142) Cambridge, MA: MIT Press.

Dabbagh, A., & Kitsantas, A. (2012). Personal learning environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *Internet and Higher Education*, 15(1), 3-8.

Dewiyanti, S., Brand-Gruwel, S., Jochems, W., & Broers, N. (2007). Students' experiences with collaborative learning in asynchronous Computer-Supported

Prensky, M. (2001). Digital natives, Digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

Реферирани от Тодор Симеонов:

В статията се разглежда приложението на информационните технологии при колаборативно учене във финландското образование. Авторите определят новото поколение от дигитално грамотни студенти учители, тъй като те имат вроден талант за работа с ИКТ и по-специално с уеб 2.0. инструменти, но също отбелязват твърдението на Лей (2009), че те са дигитално местни ученици (digitally native students), но не и дигитално местни студенти учители (digitally native teacher students), поради липсата на умения за използване на ИКТ с педагогически цели. Авторите на статията създават две кейс съдита, чрез които се представят предизвикателствата пред колаборативното учене във виртуална среда, чрез социален софтуер. Изследванията са проведени в департамента за обучение на учители във финландски университет. Научните въпроси, на които се търси отговор, са: „Какви фактори оказват негативен ефект при колаборация чрез ИКТ?“; и „Какви фактори водят до негативния опит на студентите за учене чрез споделени лекции?“. В първия кейс на студентите се дава възможност да създадат учебни материали екипно, като използват микроблогинг пространство. Във втория кейс са включени използването на колаборативни учебни пространства като блогове и Фейсбук по време на курс по ИКТ. Резултатите от двата кейса показват, че студентите намират колаборативното учене чрез ИКТ за безмислено, рядко коментират или споделят в онлайн среда. Те предпочитат да работят върху своите задания сами. Те предпочитат „учителят в центъра на преподаването“ подход пред колаборативния. Важно е да отчетем културния и социален ареал, в който се прави изследването. Личните ми наблюдения за образованието и психологията на финландците показва, че те са много по-затворени в междуличностното общуване и

колаборативният процес и интеракция в екип, особено такъв, който е нов за тях, може да затруднява възприемането на учебно съдържание.

До каква степен е възможно да се използва за реторически изследвания от 1-10. Степен 4.

1. Списък с публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания

3. Списък с анотирани публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания

4. Анотации на публикации, свързани с традиционни и нови методи за реторически и педагогически изследвания

Степен 4.

**Първоначален списък с публикации, свързани с нови реторически изследвания
Реторически анализ на комуникация във виртуална среда – многофакторен анализ на
онлайн платформи на НПО**

Ростислав Давидов – докторант към катедра „Реторика“

Adolphsen, M. (2014). *Communication Strategies of Governments and NGOs: Engineering Global Discourse at High-Level International Summits*. Wiesbaden: Springer VS.

Bambina, A. (2007). *Online Social Support: The Interplay of Social Networks and Computer-Mediated Communication*. New York: Cambria Press.

Clases, C., R. Bachmann, T. Wehner. (2003). *Studyind Trust in Virtual Organizations. International Studies of Management & Organization*, Volume 33, Number 3.

Gurak, L., M. Lay. (2002). *Research in Technical Communication*. Westport: Greenwood Publishing Group.

Handa, C. (2013). *The Multimediated Rhetoric of the Internet: Digital Fusion*. London: Routledge.

Ronalds, P. (2010). *The Change Imperative: Creating the Next Generation NGO*. Sterling: Kumarian Press.

Thatcher, B. (2011). *Intercultural Rhetoric and Professional Communication: Technological Advances and Organizational Behavior*. Hershey: IGI Global.

Verhulsdonck, G. (2013). *Digital Rhetoric and Global Literacies: Communication Modes and Digital Practices in the Networked World*. Hershey: IGI Global.

Wankel, C. (2011). *Higher Education Administration with Social Media: Including Applications in Student Affairs, Enrollment Management, Alumni Relations, and Career Centers*. Bingley: Emerald Group Publishing.

White, C. (2011). *Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies*. Boca Raton: CRC Press.

Whittake, J. (2004). *The Cyberspace Handbook*. London: Routledge.