

**Реторика и аргументация**  
**Rhetoric and Argumentation**

**Особености на невербалната комуникация  
в кандидатпрезидентски дебати в България  
през 2016 г.**

DOI 10.55206/YTAT3958

**Маряна Златанова**

Университет за национално и световно стопанство

Имейл: mariana\_tsegrilovska@yahoo.com

**Абстракт:** Реализирането на успешна невербална комуникация в политически и комуникационни кампании е необходимо. Дейностите в предизборните кампании и в частност в телевизионните дебати се реализират в няколко плана: в макроплан езикът на тялото и невербалната комуникация е процес на изграждане на успешен образ за нуждите на политика, бизнес и обществен живот и може да бъде подобрен; в микроплан – чрез невербална комуникация като нова форма на социално разпределение и неравенство. Обект на анализ са телевизионни кандидатпрезидентски дебати през 2016 г. Целта е да се изведат невербални комуникационни кодове, използвани в телевизионния дебат, а задачата е да се установи убеждаващо въздействие на невербалните знаци в предизборната президентска кампания. Методите са теоретичен обзор, медиен мониторинг, анализ на случаи през призмата на вербалните и невербалните средства.

**Ключови думи:** комуникационна кампания, невербална комуникация, президентски избори, дебат, език на тялото.

**Features of Non-verbal Communication  
in Presidential Election Debates in Bulgaria  
in 2016**

**Mariana Zlatanova**

University of National and World Economy

E-mail: mariana\_tsegrilovska@yahoo.com

**Abstract:** The performance of successful non-verbal communication in political and communication campaigns is necessary. The activities in election campaigns and in the television debates in particular are to be performed in several aspects:

in macro-aspect the body language and the non-verbal communication is a process of creating a successful image for the needs of politics, business and social life, and it can be improved; in micro-aspect – through non-verbal communication as a new form of social distribution and inequality. The object of analysis is a television presidential candidates' debates which took place in 2016. The goal is non-verbal communication codes used in the television debate to be outlined. The task is to identify the convincing impact of the non-verbal signs in the presidential election campaign. The hypothesis is that non-verbal communication combines with verbal communication and is an integral part of the preparation and implementation of the televised debates, of the pre-election rhetoric and contributes to persuading the television audience and to building the image and reputation of the presidential candidates. The methods applied are: theoretical review, media monitoring, case analysis through the perspective of verbal and non-verbal means.

**Keywords:** communication campaign, nonverbal behavior, presidential election, debat, body language.

### **Уводни думи**

*Предмет* на анализа е невербалната комуникация в телевизионна медийна среда по време на телевизионния дебат между Румен Радев и Цеца Цачева, заключителна част от предизборната президентска кампания през 2016 г. в България. *Обект* на изследването е финалният телевизионен дебат, излъчен в национален ефир. *Целта* е да се очертаят невербалните комуникационни кодове, използвани в телевизионна среда, да се проследят методите на тяхното изграждане. *Задачата* е да се установи убеждаващо въздействие на вербалните и невербалните знаци в предизборната президентска кампания. *Използваните методи* са теоретичен обзор, медиен мониторинг, анализ на случай, през призмата на вербалните и невербалните средства. Хипотезата е, че убеждаващо въздействие в телевизионна среда се реализира чрез използване на невербална комуникация и чрез използване на езика на тялото в частност за изразяване на доминираща позиция, като се търси отговор на въпроса относно владенето на езика на тялото и дали има превес при въздействието в цялостното поведение на участника в телевизионния дебат.

### **Невербална комуникация**

Проучването на невербалната комуникация датира от древността Един от авторите, работили в тази област, е Марк Фабий Квинтилиан, който осъществява обучението на бъдещи политици и ретори в Древен Рим; той създава първото държавно училище и усъвършенства уменията на учениците. В книгата си „Обучението на оратора“ той отделя място и за невербалната комуникация. [1]

Проучванията на невербалната комуникация се активират през 20. и 21. век.

В областта на невербалната семиотика работи Григорий Крейдлин, който дефинира като предмет на изследване невербалната комуникация, с фокус към невербалното поведение и взаимодействие между хората. Авторът определя научната област с тясно свързани отделни направления като паралингвистика (звуките кодове при общуване), кинесика (жестове), окулесика (езикът на очите), хастика (знакови и комуникативни функции на храна и напитки), хаптика (тактилната комуникация), проксемика (пространственото разположение), аускултация (слухово възприемане), олфакция (ролята на миризмите, смисловите различия и роли), системология (функцията и смисълът на система от обекти в комуникацията) и хронемика (времето на комуникацията, структурни, семиотични и културни функции). [2] Към всичко това следва да се отнесат и група комуникативни актове/код, елементи от психологията на общуване.

Най-разпространена е класификация на Старки Дънкън, структурирана в шест модалности, които той определя като цивилизационна модалност (дрехи, аксесоари към облеклото, накити), обонятелна модалност (въздействие чрез аромати), двигателна модалност (кинесика – мимика, пантомима), пространствена модалност (проксемика – отстояние и подреждане в пространството), параезикова модалност (интонация, паузи, междуметия). [3]

През средата на 20. век Пол Екман, психолог, посветил се на изучаването на връзката между емоциите и изражението на лицето, анализира общуването и определя израженията, които могат да се разпознаят чрез лицеви сигнали и идентични за всяка от основните емоции за гняв, страх, тъга, отвращение, покруса, радост, задоволство, възбуда, изненада и презрение. Екман заимства от Дарвин емоционалните типове, които биологът еволюционист предлага и въвежда методиката FAST за лицевото изражение – Facial – лицево, Affect – чувство, Scoring – резултат, Technique – метод, като разделя лицето на три части: горна – чело и вежди; средна – очи и долна – уста, нос и брада. [4]

През 1970 г. антропологът Рей Бърдуисъл работи върху поведенчески анализ. [5] Той дава оценка, че около 70–80% от общуването е невербално и препоръчва да се наблюдава комплексно общуването.

Тук трябва да се допълни, че в статията се използва и терминът „невербални кодове“ за комуникация, заимствани от специални групи, като езикът на тайните общества, езикът на кукловодите, неподправеният език на децата, елементи от жестомимичния език на глухонемите.

От краткия обзор на цитираните по-горе автори може да се отчете, че реториката, комуникацията и невербалната комуникация играят важна роля в обществото и че ораторът трябва да е подготвен.

## **Политически мениджмънт и политически ПР**

Филип Котлър като маркетолог пренася опита си към политическата сцена и твърди, че „политическата партия е задължена „да продаде“ кандидата на избирателите“. [6] Маркетинговата цел на организацията, твърди той, е да определи нуждите, исканията и интересите на целевите пазари, за да постигне желаните резултати по-ефективно от конкурентите си. Така изградената строга система от търговско-ориентирани правила се налага и на политическата сцена, а предизборните реклами изпълват в тази си търговска част отношението към електората.

Питър Дракър също е маркетолог, който успешно работи, и по кампании на политическа сцена вярва в силата на електората, а в стратегическата си работа – в менажирането на предизборни кампании. Той предлага бизнес подход в три ключови стъпки: изграждане на позитивен имидж, акцент към резултат, внимание към ефективност и функционално общуване. [7]

Политическият ПР, политическият маркетинг и политическата реклама са свързани в кандидатпрезидентските кампании и те се проучват и в България. Един от акцентите е изграждане на политически имидж. Понятието „имидж“ се анализира от много изследователи, но тук се споменава Татяна Буруджиева, според която то е свързано с „всички положителни и отрицателни впечатления за политическите партии и техните лидери“. [8]

В България има изследвания на кандидатпрезидентските кампании, в това число и от комуникативна и реторична гледна точка. Особеностите на кандидатпрезидентската кампания анализира и Иванка Мавродиева, с фокус върху политическата реторика в България. [9]

## **Кандидатпрезидентска кампания**

В Република България за президентските избори, проведени през 2016 г., според електронния регистър на Централната избирателна комисия (ЦИК) се отчита участието на 12 политически партии, 5 коалиции и 15 инициативни комитета, от които 21 кандидатури са одобрени за вота, а 11 отпадат на различни етапи от процедурата. Акцентът на внимание е насочен към претендентите за фаворити – Цецка Цачева и ген. Румен Радев. Основните задачи, произлизащи от така формулираната изследователска цел, са да се покажат възможностите на овладяване на езика на тялото от страна на опонентите. Изборите за петия президент на България през 2016 г. се реализират в два тура – първоначален, насрочен за 06.11.2016 г. и последващ балотаж на 13.11.2016 г.

### **Медии, заключителни участия в телевизионен ефир**

Първият сблъсък в хода на кампанията на двамата опоненти е на 16.10.2016 г. в сутрешния информационен блок на БТВ. [10]

В хода на кампанията има още два телевизионни диспута между двамата претенденти, които отразяват съревнованието в изборите за президент.

Финалният сблъсък е президентският дебат в обществената телевизия, излъчен на 10.11.2016 г., проведен преди балотажа. [11] Заключителният дебат в БТВ е излъчен в предаването „Петият президент – силата да избираш“, който е предмет на анализ тук. [12] Водещ на телевизионния сблъсък между двамата кандидати е Антон Хекимян, журналист, лице на публицистични предавания в телевизионния ефир с 15 години новинарски опит. В този контекст поведението му пред камера е обрано, професионално, още повече че се контролира и от редакторски екип, ангажиран с излъчване на живото предаване.

### **Емпирична част. Анализ на случай**

Медийното отразяване на предизборната кампания в национален ефир включва освен предизборна медийна реклама и реален диспут „на живо“, съгласно условията и реда за провеждане на предизборна кампания за президент и вицепрезидент в България. Според решение на ЦИК № 3565-ПРВ/21.09.2016 г. „се определят специални правила за отразяване на предизборната кампания от обществените и търговски електронни медии“, като те могат да бъдат „под формата на обръщения, клипове, диспути и други форми в определено за тази цел време“. [13] Демократичните избори са предшествани от предварителна, опознавателната предизборна кампания с тридесетдневна времева рамка, като всички участници са поставени при равни условия, по регламент.

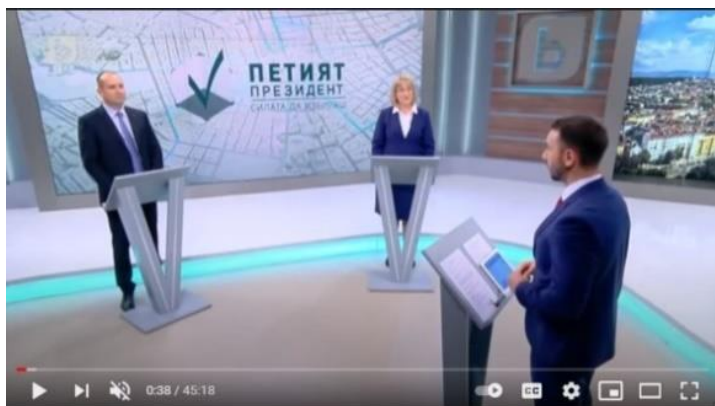
Президентските избори са мажоритарни, те са избор на личност, ето защо трябва да е отчетено персоналното впечатление; също така има и многопластово въздействие, което съчетава вербални и невербални елементи. В телевизионна медийна среда и в реално време се осъществява срещата на идеите на опонентите в надпреварата за петия президент. Важно е да се подчертае, че и двамата претенденти за най-важния пост в Република България са опитни оратори. От една страна, Цеца Цачева, представител на ГЕРБ, има дълга юридическа практика и административен и ораторски опит и като председател на Народното събрание. От друга страна, генерал майор Румен Радев, независим кандидат, с богата армейска история като военен пилот и висш офицер, командващ българските военновъздушни сили, с опит в НАТО, притежаващ умения за добра аргументация както пред редови военнослужещи, така и пред висши офицери у нас и в международната военна организация.

Всичко това означава, че еквилибристиката на думите не са непознати за двамата претенденти за най-престижния пост в държавата ни, а също и че имат дългогодишна успешна практика като оратори при среща с разнородни публики. Спорът в ефир е политически сблъсък на две опозиции, на управленски посоки, но е и спор между два пола. Като зрители сме свидетели на противопоставяне на различни политически лидери, противопос-

тавяне на политики или сблъсък на полове? Няма успешен отговор на тази дилема.

### **Пространствена модалност, проксемика**

Смисълът на проксемиката от тренираните оратори има за цел допълване или затвърждаване на позиция. Водещият противопоставя гостите си в студиото на отстояние един от друг, изправени пред постамент. Четирите зони на отстояние, приемани за валидни при общуване, са интимна зона от 15 до 46 см, лична зона от 46 до 120 см, социална зона от 120 до 360 см и публична зона над 360 см. [14] В ситуацията на настоящия коментар, участниците в диспута попадат в проксемичното отстояние на личната зона. Така режисьорското решение за личен разговор приканва към близък контакт със зрителя, каквато е и целта на телевизионния формат.



Снимка 1. (00:38) Отстояние между участниците в телевизионното студио

**Цивилизационната модалност** определя значението на дрехите, накитите и аксесоарите в комуникацията. В деловата практика, политиката и бизнеса съществува категория представително облекло. За подходящия избор на облекло в административното и публично пространство протоколът определя правилата. Експертът по държавен протокол Йордан Кожухаров определя за уместен изборът на тъмносин цвят за облеклото, тъй като „се свързва със спокойствието, далечината, концентрацията. Отговаря на хора със затворен характер, с напрегната и отговорна работа“. [15] Определянето на емоционалното въздействие на цветовете върху поведението ни заключава, че синият цвят носи усещане за отговорно отношение, доверие и провокира склонност към съгласие И двамата опоненти в ефир са избрали тъмносин цвят за облеклото си. Това е и причината за избор на син цвят за декорите в телевизионните студио за новини и публицистични предавания, както и често цветово решение за облеклото на водещите, а и на гостите в ефир.

Целта на всеки дебат е, че публиката трябва да припознае един от двамата претенденти. Очакваният ефект от представения телевизионен формат е по-убедително представяне на участниците.

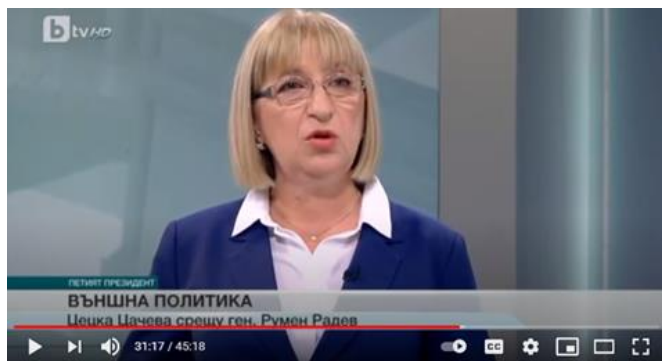
И двамата гости в студиото са се съобразили с протоколното облекло. Любомир Стойков съветва публичните личности да се обличат добре, да имат усещане за мода, да се носят елегантно и практично модерно. [16] В разглежданото телевизионно участие генерал Радев е предпочел представително мъжко облекло в тъмносиня цвят гама, който кореспондира цвят с подбора на риза и вратовръзка. Светлосинята памучна риза, чиито дължини на ръкавите, отговарят на изискването да се показват не повече от 1 см от тези на самото, а изборът на тъмносиня вратовръзка с геометрични елементи допълнително привнася консерватизъм. Обувките модел „Оксфорд“, добре лъснати, са завършек на облеклото на Радев – стилистичен елемент, подсилват усещането за доверие. Прическата е къса, съгласно военния протокол. Това е убедително основание да получи одобрението на зрителите по показател „цивилизационна модалност“. За разлика от мъжкото облекло, дамите имат по-големи възможности за избор. Цеца Цачева също е предпочела протоколен вариант за гостуването си в телевизионното студио. Тя е заложила на класически тъмносин костюм с „италианска“ дължина – до средата на коляното, с бяла шемизета. [17] Изборът на бяла риза с яка носи усещане за подреденост и чистота. Посланието, което излъчва деловият дамски костюм, вдъхва увереност, акуратност, предизвиква уважение.

В изправен стоеж, каквато е позицията на тялото на водещия и гостите в студиото, за неприемливо се счита наличието на разкопчано сако. Горната част на костюма както у Цачева, така и у водещия е закопчана до финала на телевизионния формат, при Радев остава отворена. Специалистите по протокол съветват закопчаването на най-горното копче на самото, което е спазено при първото участие и на двамата опоненти в сутрешното предаване на същия телевизионен канал. Мое мнение, че това вероятно е или търсене на приемственост от страна на зрителската аудитория, или поради разсеяност и стрес.

Като принадлежност към невербалните знаци по показател „цивилизационна модалност“ се отчита и наличието на накити – пръстени, обеци, ръкавели, часовник, очила. Наличието на брачна халка е декларация, че Румен Радев е привърженик на християнските ценности, а ръкавелите завършват високия стил на деловото му представяне в ефир. Липсата на игла или щипка към вратовръзката подават сигнал към зрителите за освободеност.

Цеца Цачева също отбелязва привързаност към семейните ценности с наличието на брачна халка на ръката си. В допълнение към това трябва да се отчете и присъствието на златни верижка с една перла и перлени обеци, които дават информация за стил и постоянство, присъщи на възрастта и ста-

туса ѝ. Изборът на очила, а не на лещи дава знак, че търсеното впечатление е за начетеност, сигурност и доверие. Очилата на Цачева са ординарни, решени в тон с избраните бижута, целят припознаване с аудиторията. Цачева е избрала обувки с нисък ток, протоколно решени в черен цвят. Избраният цвят на косата е светъл, рус, а прическата „каре“ е съобразена с формата на лицето и наличието на очила носи чувство на доверие, консерватизъм.



Снимка 2. (13:17) Бижутата

### Двигателна модалност

Към този показател трябва да отчетем кинесика, мимика и пантомима. В кинестатично отношение жестовете с ръце имат за цел отбранителна позиция, защитавайки торакса, което означава, че колкото по-високо са поставени дланите пред тялото, толкова по-голяма е опасността. И двамата опоненти прибегват до жестове с ръце, които дават сигнали за силно психично напрежение. Радев жестикулира с успоредни длани.



Снимка 3. (11:16) Жестове за посока



В хода на анализа при Румен Радев се наблюдава следното: сключените пръсти на ръцете, като „къщичка“ и у водещия, и при ораторските речи на двамата опоненти в ефир.



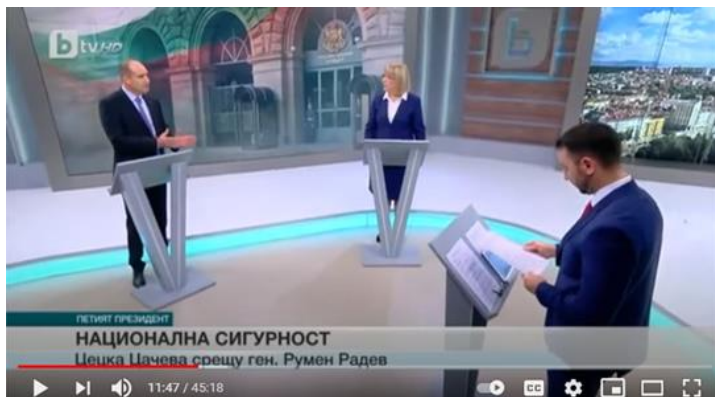
Снимка 4. (22:08) Позицията на дланите като елемент на сигурност

Дебатът е реторичен жанр, а в настоящето изследване частично се анализират реторичните умения на гостите в телевизионното студио; те не са предмет на вербален анализ, акцентът е върху невербалните средства.



Снимка 5. (14:07) Движението на ръцете в подкрепа на думите, целеустременост

По-надолу се анализират някои от жестовете, използвани от участниците в телевизионните дебати.



Снимка 6. (11:46) Указването на посока подкрепя думите

Когато водещият Антон Хекимян задава въпрос към гостите в студиото, ръцете са с успоредни длани, отворени пръсти – журналистът „хвърля“ въпрос, като бърза топка към двамата си опоненти.



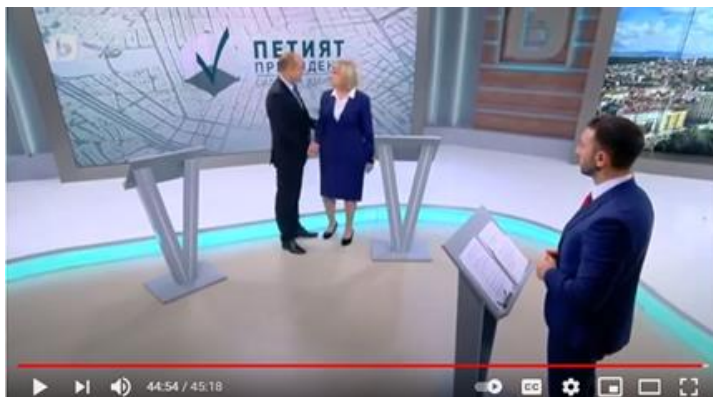
Снимка 7. (20:03) Жестовете на водещия дебата

Желанието за запазване на територия може да се отчете с описателно заграждане с длани, като бариерна реакция при вербален сблъсък. Този жест се наблюдава при Цецка Цачева.



Снимка 8. (17:49) Барьерна реакция при вербален сблъсък

Ръкостискането в края на диалога на двамата опоненти показва отговорно отношение, в знак на задоволство пръв подава ръка на своя опонент Радев. Обикновено поведението при среща, каквато е тази в студиото на телевизията, опонентите подават ръка, често ритуалът на ръкостискането впечатлява повече, отколкото обикновено се споделя. При ръкостискането Радев декларира надмощие в спора, придържайки с лявата си ръка тази на опонента си.



Снимка 9. (44:54) Подаването на ръка е проява на добро отношение

Пестеливото използване на движения, както и скромната проява на жестомимично поведение се компенсира с невербални знаци, които са неволеви при Румен Радев. В търсене на отговор на неудобен въпрос наблюдаваме от страна на Цецка Цачева често мигане с очи, накланяне на глава и свиване на устни. Изводите са, че при политическа комуникация и в частност при кандидатпрезидентските дебати е недопустимо подценяването на неслонесните сигнали, целта е наличие на интегритет между слово и невербални знаци.

## Параезикова модалност

И двамата опоненти Румен Радев и Цецка Цачева по време на телевизионните дебати декларират с поведението и речта си добро владеење на интонация, модулация на гласа, както и смисловите паузи в отговорите си. Залагат на неутрална интонация, изказват личното си мнение, като аргументирана предизборна позиция и обещания, в подкрепа на ораторската си практика като така привличат на своя страна публиката.

## Заклучение

От анализа на невербалната комуникация на Румен Радев и Цецка Цачева като участници в трите телевизионни дебати по време на кандидатпрезидентската кампания през 2016 г. могат да се направят следните изводи. Дватама не декларират неувереност, те показват контрол на емоционално ниво, а също и добре управляват невербалната комуникация. Не са отчетени паразитни жестове, които кандидатите за президент да използват по време на телевизионните дебати. Потвърди се хипотезата, че владеењето на невербалната комуникация дава превес на доминиращата позиция за убеждаващо въздействие.

## Цитати и бележки

- [1] Квинтилиан, М. Ф. (1982). *Обучението на оратора*. София: Наука и изкуство, 647. [Kvintilian, M. F. (1982). *Obuchenieto na oratora*. Sofia: Nauka i izkustvo, 647.]
- [2] Крайделин, Г. (2002). *Невербална семиотика*. Москва: Новое литературное обозрение. [Kraydelin, G. (2002). *Neverbalnaya semiotika*. Moskva: Novoe literaturnoe obozrenie.]
- [3] Duncan, S., Jr. (1969). Nonverbal communication. *Psychological Bulletin*, 72(2), 118–137. <https://doi.org/10.1037/h0027795>.
- [4] Екман, П. (2011). *Излъжи ме, ако можеш*. София: Жануа '98, 83. [Ekman, P. (2011). *Izlazhi me ako mozhesh*. Sofia: Zhanua '98, 83.]
- [5] Birdwhistell, R. (1970). *Kinesics and Context. Essays on Body Motion Communication*. USA, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- [6] Котляр, Ф. (1998). *Маркетинг, мениджмънт*. Москва: Питер, 51. [Kotlar, F. (1998). *Marketing, menidzhmant*. Moskva: Piter, 51.]
- [7] Дракър, П. (2000). *Посткапиталистическото общество*. София: ЛиК, 172. [Drakar, P. (2000). *Postkapitalisticheskoto obshtestvo*. Sofia: LiK, 172.]
- [8] Буруджиева, Т. (2001). Политически имидж – парадокси по български. *Сборник от Лятна школа*, София: НБУ, 19. [Burudzhieva, T. (2001). *Politicheski imidzh – paradoksi po balgarski*. Sbornik ot Lyatna shkola, Sofia: NBU, 19.]
- [9] Мавродиева, И. (2012). *Политическа реторика в България. От митингите до Web 2.0 (1989-2012)*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“, 138–158. [Mavrodieva, I. (2012). *Politicheska retorika v Bulgaria. Ot mitingite do Web 2.0 (1989-2012)*. Sofia: UI „Sv. Kl. Ohridski“, 138–158.]

Мавродиева, И. (2017). ПР и комуникативни особености на кандидатпрезидентската кампания през 2016 година. *Сборник от Кръгла маса „Политическата*

- комуникация: *Президентски избори 2016 година*“. София: НБУ. [https://ebox.nbu.bg/elections2016/view\\_lesson.php?id=5](https://ebox.nbu.bg/elections2016/view_lesson.php?id=5). последно посещение на 12.12.2023. [Mavrodieva, I. (2017). PR i komunikativni osobenosti na kandidatprezidentskata kampania prez 2016 godina. Sbornik ot Kragla masa „Politicheskata komunikatsia: Prezidentski izbori 2016 godina“. Sofia: NBU. [https://ebox.nbu.bg/elections2016/view\\_lesson.php?id=5](https://ebox.nbu.bg/elections2016/view_lesson.php?id=5). posledno poseshlenie na 12.12.2023.]
- [10] Дебат между Цецка Цачева и Румен Радев, бТВ, Сутрешен блок, 16.10.2016 г. <https://www.youtube.com/watch?v=3mIlX35XfV4>. последно посещение на 14.11.2023. [Debat mezhdru Tsetska Tsacheva i Rumen Radev, bTV, Sutreshen blok, 16.10.2016 g.: <https://www.youtube.com/watch?v=3mIlX35XfV4>. posledno poseshlenie 14.11.2023.]
- [11] Дебат между Цецка Цачева и Румен Радев, БНТ, 10.11.2016 г.: <https://bnt.bg/bg/a/prezidentskiyat-debat-rumen-radev-tsetska-tsacheva>. последно посещение на 14.11.2023. [Debat mezhdru Tsetska Tsacheva i Rumen Radev, BNT, 10.11.2016 g.: <https://bnt.bg/bg/a/prezidentskiyat-debat-rumen-radev-tsetska-tsacheva>. posledno poseshlenie 14.11.2023.]
- [12] Дебат между Цецка Цачева и Румен Радев, „Петият президент – силата да избираш“: бТВ, 20.10.2016 г. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/golemijat-sblasak-nakratko-cecka-cacheva-sreshtu-gen-rumen-radev-obzor.html>. последно посещение на 14.11.2023. [Debat mezhdru Tsetska Tsacheva i Rumen Radev, „Petiyat prezident – silata da izbirash“: bTV, 20.10.2016 g. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/golemijat-sblasak-nakratko-cecka-cacheva-sreshtu-gen-rumen-radev-obzor.html>. posledno poseshlenie na 14.11.2023.]
- [13] Централна избирателна комисия, Решение 3525-ПРК/21.09.2016 г. относно условията и реда за провеждане на предизборна кампания в изборите за президент и вицепрезидент на Републиката на 6 ноември 2016 г. <https://www.cik.bg/bg/decisions/3565/2016-09-21>. последно посещение на 14.11.2023. [Tsentralna izbriratelna komisia, Reshenie № 3525-PRK/21.09.2016 g. otnosno usloviyata i reda za provezhdane na predizborna kampania v izborite za prezident i vitseprezident na Republikata na 6 noemvri 2016 g. <https://www.cik.bg/bg/decisions/3565/2016-09-21>. posledno poseshlenie na 14.11.2023.]
- [14] Hall, E. T. (1966). *Proxemic Theory*. CSISS Classics. <https://escholarship.org/uc/item/4774h1rm>. Retrieved on 03.11.2023.
- [15] Кожухаров, Й. (2002). *Етикет и протокол*. София: Труд, 100. [Kozhuharov, Y. (2002). *Etiket i protokol*. Sofia: Trud, 100.]
- [16] Стойков, Л. (2004). *Облеклото като невербална публична комуникация. Изборни технологии. Местни избори 2003*. София: Народна култура, 59. [Stoykov, L. (2004). *Oblekloto kato neverbalna publiczna komunikatsia. Izborni tehnologii. Mestni izbori 2003*. Sofia: Narodna kultura, 59.]
- [17] Кожухаров, Й. (2002). *Етикет и протокол*. София: Труд, 134. [Kozhuharov, Y. (2002). *Etiket i protokol*. Sofia: Trud, 134.]

## Библиография

- Буруджиева, Т. (2001). Политически имидж – парадокси по български. *Сборник от Лятна школа*, София: НБУ. [Burudzhieva, T. (2001). Politicheski imidzh – paradoksi po balgarski. Sbornik ot Lyatna shkola, Sofia: NBU.]
- Дракар, П. (2000). *Посткапиталистическото общество*. София: ЛиК. [Drakar, P. (2000). Postkapitalisticheskoto obshtestvo. Sofia: LiK.]
- Екман, П. (2011). *Излъжи ме ако можеш*. София: Жануа '98. [Ekman, P. (2011). Izlazhi me ako mozhesh. Sofia: Zhanua '98.]
- Квинтилиан, М. Ф. (1982). *Обучението на оратора*. София: Наука и изкуство, 647. [Kvintilian, M. F. (1982). Obuchenieto na oratora. Sofia: Nauka i izkustvo.]
- Кожухаров, Й. (2002). *Етикет и протокол*. София: Труд. [Kozhuharov, Y. (2002). Etiket i protokol. Sofia: Trud.]
- Котляр, Ф. (1998). *Маркетинг, мениджмънт*. Москва: Питер. [Kotlar, F. (1998). Marketing, menidzhmant. Moskva: Piter.]
- Крайделин, Г. (2002). *Невербална семиотика*. Москва: Новое литературное обозрение. [Kraydelin, G. (2002). Neverbalnaya semiotika. Moskva: Novoe literaturnoe obozrenie.]
- Мавродиева, И. (2012). *Политическа реторика в България. От митингите до Web 2.0 (1989-2012)*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. [Mavrodieva, I. (2012). Politicheska retorika v Bulgaria. Ot mitingite do Web 2.0 (1989-2012). Sofia: UI „Sv. Kl. Ohridski“.]
- Мавродиева, И. (2017). ПР и комуникативни особености на кандидатпрезидентската кампания през 2016 година. *Сборник от Кръгла маса „Политическата комуникация: Президентски избори 2016 година“*. София: НБУ. [https://ebox.nbu.bg/elections2016/view\\_lesson.php?id=5](https://ebox.nbu.bg/elections2016/view_lesson.php?id=5). последно посещение на 12.12.2023. [Mavrodieva, I. (2017). PR i komunikativni osobenosti na kandidatprezidentskata kampania prez 2016 godina. Sbornik ot Kragla masa „Politicheskata komunikatsia: Prezidentski izbori 2016 godina“. Sofia: NBU. [https://ebox.nbu.bg/elections2016/view\\_lesson.php?id=5](https://ebox.nbu.bg/elections2016/view_lesson.php?id=5). posledno poseshtenie na 12.12.2023.]
- Стойков, Л. (2004). *Облеклото като невербална публична комуникация. Изборни технологии. Местни избори 2003*. София: Народна култура, 59. [Stoykov, L. (2004). Obleklo kato neverbalna publiczna komunikatsia. Izborni tehnologii. Mestni izbori 2003. Sofia: Narodna kultura, 59.]
- Birdwhistell, R. (1970). *Kinesics and Context. Essays on Body Motion Communication*. USA, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Duncan, S., Jr. (1969). Nonverbal communication. *Psychological Bulletin*, 72(2), 118–137. <https://doi.org/10.1037/h0027795>.
- Hall, E. T. (1966). *Proxemic Theory*. CSISS Classics. <https://escholarship.org/uc/item/4774h1rm>. Retrieved on 03.11.2023.

## Правни, държавни и административни документи

- Централна избирателна комисия, Решение 3525-ПРК/21.09.2016 г. относно условията и реда за провеждане на предизборна кампания в изборите за президент и вицепрезидент на Републиката на 6 ноември 2016 г. <https://www.cik.bg/bg/decisions/3565/2016-09-21>. последно посещение на 14.11.2023. [Tsentralna izbiratelna komisia, Reshenie № 3525-PRK/21.09.2016 г.

относно usloviyata i reda za provezhdane na predizborna kampania v izborite za prezident i vitseprezident na Republikata na 6 noemvri 2016 g. <https://www.cik.bg/bg/decisions/3565/2016-09-21> posledno poseshtenie na 14.11.2023.]

### **Изследвани дебати**

Дебат между Цецка Цачева и Румен Радев, бТВ, Сутрешен блок, 16.10.2016 г. <https://www.youtube.com/watch?v=3mIIx35XfV4>. последно посещение на 14.11.2023. [Debat mezhdu Tsetska Tsacheva i Rumen Radev, bTV, Sutreshen blok, 16.10.2016 g.: <https://www.youtube.com/watch?v=3mIIx35XfV4>. Posledno poseshtenie na 14.11.2023.]

Дебат между Цецка Цачева и Румен Радев, БНТ, 10.11.2016 г.: <https://bnt.bg/bg/a/prezidentskiyat-debat-rumen-radev-tsetska-tsacheva>. последно посещение на 14.11.2023) [Debat mezhdu Tsetska Tsacheva i Rumen Radev, BNT, 10.11.2016 g.: <https://bnt.bg/bg/a/prezidentskiyat-debat-rumen-radev-tsetska-tsacheva>. posledno poseshtenie na 14.11.2023].

Дебат между Цецка Цачева и Румен Радев, „Петият президент – силата да избираш“: бТВ, 20.10.2016 г. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/golemijat-sblasak-nakratko-cecka-cacheva-sreshtu-gen-rumen-radev-obzor.html>. последно посещение на 14.11.2023. [Debat mezhdu Tsetska Tsacheva i Rumen Radev, „Petiyat prezident – silata da izbirash“: bTV, 20.10.2016 g. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/golemijat-sblasak-nakratko-cecka-cacheva-sreshtu-gen-rumen-radev-obzor.html>. posledno poseshtenie na 14.11.2023.]

*Маряна Златанова е докторант към катедра „Икономическа социология“, Университет за национално и световно стопанство. Научни интереси: комуникация, невербална комуникация, политическа комуникация.*

Ръкописът е изпратен на 10.11.2023 г.

Рецензиране от двама независими рецензенти: от 12.11.2023 до 30.12.2023 г.

Приемане за публикуване: 02.01.2024 г.

Manuscript was submitted: 10.11.2023.

Double Blind Peer Reviews: from 12.11.2023 till 30.12.2023.

Accepted: 02.01.2024.

Брой 58 на сп. „Реторика и комуникации“, януари 2024 г. се издава с финансовата помощ на Фонд „Научни изследвания“, договор № КП-06-НП5/65 от 08 декември 2023 г.

Issue 58 of the Rhetoric and Communications Journal (January 2024) is published with the financial support of the Scientific Research Fund, Contract No. KP-06-NP5/65 of December 08, 2023.