

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ на
гл.ас.д-р Теодора Кирякова-Динева,
представени за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност
„ДОЦЕНТ“

I. Монографичен труд
КИРЯКОВА-ДИНЕВА, ТЕОДОРА. МЕЖДУКУЛТУРЕН ДИАЛОГ В ТУРИЗМА. УИ „Неофит Рилски”, Благоевград, 2016 г., 204 стр. , ISBN: 978-954-00-0079-4

Основният труд, представен за участие в конкурса, е **хабилитационният труд „Межкултурен диалог в туризма“** (2016). Изследването проблематизира межкултурния диалог в общ план, разглежда приемите на универсалния диалог, определя значимостта на диалога между културите, на чиято терминологична база разкрива взаимовръзката между съвременния туризъм и межкултурния диалог. Тъй като туризмът трудно може да бъде ограничен в рамките на една държава, и и тъй като за постигане на по-добри взаимоотношения са необходими безпроблемна комуникация и диалог, то релевантно, в Глава първа е разгледан обхвата на межкултурния диалог и влиянието му върху туризма. Във втора глава межкултурният диалог е разгледан от гледна точка на теориите на межкултурните отношения. Дискутиран е и моделът на културите в обхвата на туризма, на базата на който са изведена методология за анализ и оценка межкултурния диалог в туризма. Предложената методология е апробирана чрез проучване (151 респонденти), конкретизирано в широк диапазон от 23 въпроса, касаещи различни аспекти на межкултурния диалог в туристическата контактна зона. Някои по-конкретни изводи са направени въз основа на следните показатели: *осъществяване на първи контакт, постигната информативност и комуникативност*. Специално място е отделено на проблема на сензитивността на чуждестранните туристи спрямо материалните туристически ресурси, от една страна, и спрямо сензитивността на туристите към човешките ресурси, от друга. Направена е оценка на проблемите, дължащи се на културни различия. Изведено е заключението, че межкултурният диалог може да бъде способ, който да послужи да подобряване на туристическата култура и преодоляване на дистанцията, възникваща вследствие на бариери на общуването.

II. Учебник: Kiryakova-Dineva (2016). Dialoge für den bulgarischen Tourismus. УИ „Неофит Рилски”, Благоевград, ISBN 978-954-00-0078-7

Международният туризъм като един от най-динамично развиващите се сектори на световната икономика в наши дни поставя както пред обучаемите, така и пред оброчителите изискването за добра чуждоезикова компетентност. Познаването на един чужд език отдавна не е достатъчно. Владееенето на втори и трети чужд език са залог не само за добра реализация, но особено в сферата на туризма все по-често се възприемат като гаранция за реализиране на услуги с по-добро качество. С цел да подпомогне както чуждоезиковото, така и межкултурното общуване, учебникът *Interkulturelle Dialoge für den bulgarischen Tourismus*, е разнообразен в своята тематика и предлага възможност за дискутиране на въпроси в областта на българския туризъм. Някои от разработваните теми са *Touristische Organisationen und Branchenverbände in Bulgarien, Bulgarien als beliebtes*

Reiseziel, 100 Nationale Touristische Objekte, Ökotourismus, Wellness und SPA-Tourismus in Bulgarien.

III. НАУЧНИ СТАТИИ, ПУБЛИКУВАНИ В РЕФЕРИРАНИ И ИНДЕКСИРАНИ СПИСАНИЯ

- 3.1 Kiryakova-Dineva, T., Kyurova, V. & Chankova, Y. (2019) Soft Skills for Sustainable Development in Tourism: the Bulgarian experience, *European Journal of Sustainable Development*, 57-68. /Web of Science/

Статията „Soft Skills for Sustainable Development in Tourism“ е с автори Теодора Кирякова-Динева, Вяра Кюрова и Яна Чанкова разглежда вървеса за придобиването на меки умения в туристическата индустрия като средство за постигане на обучение за целите на устойчивото развитие. В изследването на меките умения, необходими в сферата на туризма, е приложен количествен изследователски подход. Анализът се основава на интервюта, проведени с представители на Българската регионална търговска камара и представители на българската хотелиерска индустрия. Освен това е проведено анкетно проучване с три групи респонденти: 1. Обучаеми, 2. Преподаватели и 3. Представители на бизнеса и работодателите в туристическата индустрия. Анализът установява, че докато някои твърди умения традиционно се преподават в образователните институции, меките умения, идентифицирани в статията като *основни меки умения*, *специфични меки умения* и *мениджърски меки умения*, често остават извън целите на педагозите. По този начин проучването е от полза както по отношение на съвременната практика и обучението по туризъм, така и по отношение на парадигмата на образованието за устойчиво развитие.

- 3.2 Kiryakova-Dineva, T., Krasteva, R & Chankova, Y. (2019). Synergetic effects between fasting, well-being and anti-consumption within the walls of Orthodox monasteries and outside them. *British Food Journal*, 1467-1479. /Scopus, Web of Science/
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-04-2018-0243/full/html>

Статията „**Synergetic effects between fasting, well-being and anti-consumption within the walls of Orthodox monasteries and outside them**“ с автори Теодора Кирякова-Динева, Руска Кръстева и Яна Чанкова, публикувана от издателство Емералд в *British Food Journal*, стр. 1467-1479 и е индексирани в двете бази данни *Scopus* и *Web of Science*. Статията е с интердисциплинарен характер като поставя едновременно две цели: *първо*, да се проучат ефектите на синергия между ограниченото консуматорско поведение по отношение на храната (по примера на постенето в православното християнство) и физическото и психическото здраве; и *второ*, чрез постенето да се тематизира потенциалът на манастирската кухня, който може да излезе извън света на религията и да навлезе в света на потреблението. В статията е приложен качествен анализ, основаващ се на дълбочинни интервюта, проведени в в три манастира на територията на Атонската Света гора и в три манастира в Северна Гърция, интервюирани са и българи, посетили манастири в Света Гора. Практиката на поста в православното християнство е представено не само като носеща ползи за здравето на хората, но и като носеща много допълнителни духовни ценности за тези, които не е задължително да са вярващи. Дискутирани са също някои бъдещи приложения на

гладуването като неконсуматорско поведение в рамките на социалните движения за здравословно хранене. Изследването разкрива и потвърждава твърдението, че постът е не само практика в в източноправославното християнство, но и може да бъде успешно средство за постигане на психически комфорт и физическо здраве. Не са пренебрегнати и нови перспективи, например по отношение на манастирската кухня, която може да бъде ценен ресурс и маркетингова стратегия за ресторантьорския бизнес и туризма.

3.3 Kiryakova-Dineva, Teodora (2016): The interplay of visual images in food advertising. In: ANNALS OF THE UNIVERSITY OF CRAIOVA, Editura Universitaria, 1-2, 215-226.

Тази статия разглежда рекламата на храните като сложен многомадален ансамбъл от средства, включващ езикови и графични, както и аудио-визуални елементи. Целта на доклада е да се прегледа взаимодействието между дефинирания като практически тип комуникация, да се проследят маркетинговите намерения за продажба на рекламираната храна и средата за трансмисия на съобщението. За разлика от повечето дискусии относно ролята на рекламата на храни, настоящият доклад изследва и демонстрира прагматичната стойност вплетена като конкретно комерсиална, в която словесните сигнали са подкрепени от визуални изображения. Текстът към образите се анализира допълнително като вид взаимоотношения, засягащи екстралингвистичната реалност като благоприятна среда и условие за изпълнение на целта на рекламата

3.4 Krasteva, R., Kiryakova-Dineva, T. (2018). Re-thinking the Role of Rural Tourism. Potentials for a Sustainable Transborder Tourism in the Area Bulgaria-Greece. In: European Journal of Sustainable Development, pp. 41-50.

<http://ojs.ecsdev.org/index.php/ejsd/article/view/639/635>

Социалните и културни конструкции на пространството и мястото често се маркират чрез концепцията на понятието *граница*. Ролята на границите, особено междурегионалните и международните граници, може да бъде потвърдена от засилените контакти на граничните общности и засиленото международно сътрудничество, затова тази статия има за цел да анализира трансграничната зона между Южна България и Северна Гърция през призмата на устойчивия селски туризъм. Проучването оценява потенциала за селския туризъм като изследва конкурентоспособността на избрания ареал. Приложеният качествен анализ използва сложния обобщен показател за конкурентоспособност, който се състои от дванадесет критерия. Крайната цел на изследването е да се подчертае ролята на селския туризъм, за да се преосмислят възможностите на обща трансгранична стратегия за устойчив селски туризъм. Интересният и уникален аспект на изследването е в неговия холистичен подход.

3.5 Kiryakova-Dineva, T., Levunlieva, M. & Kyurova, V. (2017): IPHRAS as an e-learning platform for idiomatic competence. In: Electronic Journal of e-Learning, vol. 15, no. 2, pp 137-143. <http://www.ejel.org/volume15/issue2/p137>

Електронното обучение днес експанзира в различни посоки и то до такава степен, че успешното му приложение е от голямо значение за всички сектори на образованието и обучението. Електронното обучение може да предложи безспорни предимства на

всички, участващи както в оценката, така и в процеса на трансфера на знания. Някои от предизвикателствата пред методите за електронно обучение се основават на избора на подходяща платформа и определянето на обхвата на избрания материал, както и адекватността на неговата удобна за потребителя методика. Сред характеристиките на платформите за електронно обучение, приложими за по-широка аудитория, е критерият за многоезично приложение. По отношение на електронното обучение в чуждоезиковото обучение има три прагматични и културни аспекта, които често се пропускат от системата за електронно обучение: 1) постигане на идиоматична компетентност; 2) усвояване на културни категории; и 3) включване на малки и застрашени езици. Настоящата статия представя разработената платформа за електронно обучение IPHRAS - Interphraseologie für Studien-und Berufsmobile и се фокусира върху методологията за чуждоезиково обучение в многоезична и електронна среда, при което този процес е улеснен чрез включването на тематично структурирани фиксирани единици (идиоми и изрази).

IV. Списък на научни статии, публикувани в български и чуждестранни списания и научни трудове с научно рецензиране

- 4.1 Кирякова-Динева, Теодора (2016). Ефекти на межкултурния диалог в туризма. *Entrepreneurship Journal*, 2016, Volume IV (2), 311-323.

Статията разглежда межкултурният диалог като е успешна комуникативна форма не само поради неговата висока комуникативна стойност, но и с оглед на ефектите, произтичащи от взаимоотношенията, които той поражда. Межкултурният диалог играе съществена роля в сферата на международния туризъм, при което неговото безспорно положително влияние трудно може да се третира в едно единствено изследване или доклад. Тази статия се фокусира върху една специфична характеристика на межкултурния диалог в туризма, който става видима чрез межкултурната компетентност и развитието на межкултурна туристическа компетентност, повишаването на межкултурната сензитивност в туризма, подобряването на процесите на межкултурна адаптация на туристите и минимизиране на въздействието на културния шок. Тези четири основни ефекта са свързани с по-цялостното проучване в мографичния труд, който е сферата на рекреативния туризъм в България и обхваща различни целеви групи чуждестранни туристи от няколко националности.

- 4.2 Кирякова-Динева, Теодора & Хаджипетрова-Лачова, Мария (2017). Интеркултурен мениджмънт – аспекти и перспективи за бизнес практиката на организацията. В: *Entrepreneurship Journal*, Volume V (1), pp. 97-105.

Основайки се на концепциите за естеството на межкултурния мениджмънт, представената статия третира въпроса за управлението на човешките ресурси като специфичен за културата инструмент, засягащ както националната култура, така и бизнес културата на предприятието. По-специално, анализът е фокусиран върху обхвата на межкултурния мениджмънт като международна управленска практика, а също и върху етапите в неговото развитие. Представена е и ролята на межкултурния мениджмънт за преодоляване на конфликти, за да се разкрие

вътрешната взаимосвързаност между ефективността на бизнес процесите и способността за межкултурно мислене. Не на последно място са обсъдени предимствата на обучението по межкултурен мениджмънт, където са представени три методологически подхода.

- 4.3 Гюнеш, С., Кирякова-Динева, Т. & Кръстева, Р. Устойчиво развитие чрез партньорства между България, Турция, Италия И Гърция, Устойчиво развитие 2017: 44-50. Технически университет: Варна. ISBN: 1314-4138 (print) ISSN: 2367-5454

Устойчивото развитие на регионите все повече е зависимо от отделните национални политики спрямо по-широк кръг от социални процеси, както и спрямо развитието на по-тесни международни връзки и партньорства. Важен инструмент в постигане на качествени взаимоотношения между стратегическите актьори имат международните и межкултурните партньорства. Те са и съществен компонент (Цел 17) от Глобалните цели за устойчиво развитие. В допълнение, ползите от партньорствата между културите на практика имат устойчив ефект. Предложената статия разглежда устойчивото развитие на партньорствата в Средиземноморския регион, по конкретно чрез национални политики и общи действия в три страни – България, Турция, Италия и Гърция. Статията се спира и на някои добри практики и международни проекти между тези страни.

- 4.4 Kiryakova-Dineva, Teodora (2010). Auf den Bergen Bulgariens liegt schon wieder Schnee – Tourismusprospekte auf Deutsch und Englisch in Bulgarien, TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften, http://www.inst.at/trans/17Nr/2-8/2-8_kiryakova17.htm

Тази статия представя резултатите от направено проучване относно комуникативните особености на рекламните брошури на немски и английски в България. Фокусът на изследването е поставен не само в аналитичен, но и в критичен план. Статията обхваща няколко раздела, като представя някои теоретични бележки относно туристическите брошури и дизайна като сполучлив компонент на брошурата в хотелиерството, взаимовръзка текст-картина. На последно място е дискутиран проблема за характеристиките на туристически рекламен текст от прагматична гледна точка. На база на направеното проучване се установява, че туристическите брошури са популярни и широко разпространени в България, като обикновено се спазват някои основни правила, сред които на първо място е информативността - предоставената информация е относно вида, качеството, асортимента, характеристиките и т.н. на туристическите услуги. Представени са и убеждаващите елементи на туристическата брошура, като убеждаване разчита отново на рационални доводи. Нерационалните елементи се открити на фона на включените в рекламното съобщение мотиви. Анализът, извършен върху дизайна, структурата и езика на чуждоезиковата брошура в България откриват пропуски както по отношение на чуждоезиковата комуникация за специфичните цели на туризма, така и по отношение на прагматиката на езика на рекламата.

- 4.5 Kiryakova-Dineva, T. (2018). Über das Modewort Schlüsselkompetenzen, gute Deutschkenntnisse oder Mission (im)possible: Die beruflichen Perspektiven bei deutschsprachigen Unternehmen in Bulgarien, IN: „Germanistik und Wirtschaft in der Diskussion“, pp. 89-102.

Статията се фокусира върху проблема за начина на възприемане на чуждоезиковите комуникативни умения (немски като първи и втори чужд език) в ролята им на предпоставка при търсене на работа или за успешен бизнес в България. Използвана е следната концептуална рамка: Първо се обсъждат някои политики на наднационално ниво по отношение на ключовите компетенции. На следващо място, оценката е разгледана от две гледни точки, първо по отношение на ситуацията, когато на България се гледа като бизнес партньор, и второ, когато са необходими по-тесни договорености по отношение на сътрудничеството и текущите бизнес оферти. В аналитичната част са представени перспективите за младите хора с добри компетенции по немски език като чужд език при търсенето на работа. Очаква се по този начин да предостави информация за по-добро планиране на бъдещето и развитието на учебните програми.

- 4.6 Kiryakova-Dineva, T. & Terziyska, I. (2017). The need of intercultural training in the sphere of entrepreneurship. In: Kyurova et.al. (2017) Theoretical and practical aspects of youth and women entrepreneurship, pp. 85-102. ISBN: 978-954-00-0150-0

Обсъждайки съвременното съвременно състояние на интеркултурното образование и използвайки резултатите от проведено анкетно проучване, в тази глава е обсъдена необходимостта от включване на межкултурните проблеми в съвременното обучение, по-специално в образователните парадигми на предприемачеството. В този контекст, проучването изследва отношението на младите предприемачи към межкултурните въпроси и анализира някои специфични межкултурни положения, свързани с обучението по предприемачество. Межкултурното обучение е обхванато в неговото по-широко разбиране, където освен умения за чуждоезикова комуникация са изтъкнати межкултурните умения и осъзнаването на ролята от сътрудничеството в мултикултурна среда. Подготовката на умения за диалог между културите следователно следва да се третира и като неразделна част от международните бизнес процеси. Проучването потвърждава необходимостта от интеркултурно обучение в раките на обучението по предприемачество като се съсредоточава върху следните четири характеристики: *присъствие на предприемачески проучвания в изучаваните курсове; присъствие на чуждоезиково обучение в изучаваните курсове, оценка на уменията, свързани с личните интереси и бъдещото развитие и оценка на межкултурните умения, свързани с личното и професионалното развитие.*

- 4.7 Kiryakova-Dineva, T. (2017). Essen und Religion. Eine kleine kulinarische Reise durch Bulgarien, Diskurse des Alimentären. Essen und Trinken aus kultur-, literatur- und sprachwissenschaftlicher Sicht, 67-76

В главата „**Essen und Religion. Eine kleine kulinarische Reise durch Bulgarien**“ от книгата *Diskurse des Alimentären* са представени някои религиозни аспекти на храната като част на темата за общото хранене. Подчертана е фундаменталната връзка между религията и храната. Хората в България често трансформират своите нематериални концепции, било то вяра в Бог или светец, най-лесно чрез материални предмети - или

чрез храна, приготвена за конкретно религиозно събитие. На храната, приготвена за даден християнски повод, често се приписват повече или по-малко тайнствени характеристики. Застъпено е становището, че религията и религиозността могат да бъдат разглеждани като основен мотив, когато се говори за храна и типични български ястия. Такава отправна точка може да се открие също и по отношение на символиката, която е мощен ресурс за различни културни практики. Този ресурс може да идентифицира много аспекти на храната, като едва ли на някой от тях може да се даде предимство. Тази статия фокусира върху религиозните практики на двете доминиращи религии на Балканите - християнството и исляма. Затова е изследвано религиозното съдържание на приемането на храна като цяло и на храненето сред православните българи и българите мюсюлмани в България. Храната следователно е повече от само необходим прием на храна, който помага за поддържане жизнените функции на човека.

V. Списък на публикувани доклади, изнесени на научни конференции в България и в чужбина

- 5.1. Kiryakova-Dineva, T., Hadzhipetrova-Lachova, M. & Chankova, Y. (2017). Intercultural dialogue for education in the Mediterranean region, In: Edulearn,. 3920-3926.

Международните отношения и межкултурните контакти отдавна са признати за важен въпрос не само в търговията, туризма и образованието, но и в политиката. Смесването на характеристиките на мисленето в сферата межкултурното и международното пространство е свързано не само с възможността за срещи между хора от различен културен произход, но и поради възможността за получаване на конкретна информация, полезна за третирането на въпросите на мултикултурализма. В наши дни межкултурният диалог засяга почти всички сфери на обществения живот, следователно активното участие в социалните, икономическите и геополитическите процеси зависи повече от всякога от способността за действия, породени от взаимодействията между културите. Както насърчаването, така и създаването на межкултурни политики в Европа и в Средиземноморието могат да се считат за успешен начин за оптимизиране и постигане на приятелски отношения. Целта на настоящото изследване е да тематизира межкултурния диалог в светлината на международните отношения между ЕС и Средиземноморието. Методиката включва сравнителен анализ на образователните политики, предвиждащи прилагане на межкултурния диалог в Средиземноморския регион.

- 5.2. Kiryakova-Dineva, T. & Kitkova, M. (2016). Intercultural dialogue: A prerequisite for successful tourist adaptation. In: Živković, Živan (Ed.) Book of proceedings. XII International May Conference on Strategic Management IMKSM 2016, May 28 – 30, 2016. Bor: Technical Faculty, Management Department, pp. 593-603.

От векове туризмът е една от най-важните форми за осъществяване на директни контакти между културите. Благодарение на своята същност този процес протича по един благоприятен начин за всички култури, участващи в него. Основанията за разглеждане на туризма като важно средство за обогатяване на културното многообразие са толкова всеобхватни, че трудно би могло да се посочи място,

останало недокоснато от диалога между културите. В този смисъл могат да се намерят много въпроси от межкултурно естество, които да бъдат изследвани в един по-широк контекст. Настоящият доклад се фокусира по-специално върху туризма на българското черноморие и дава примери за межкултурни взаимодействия между домакините и гостите. В този доклад също така е обсъдена ролята на межкултурния диалог, на комуникацията между различните култури и влиянието на културния профил на индивида. Особено внимание е обрнато на въздействието на националността на туристите (руска, немска и британска). Изследването се провежда главно върху модела на културите в контакт, културното многообразие и процеса на адаптацията.

- 5.3. Кирякова-Динева, Теодора (2017). Етническа идентичност и туристическа мотивация в Югозападна България. В: Местната идентичност и глобалният туризъм, стр. 276-286, Славена: Варна.

Значението на етническата принадлежност може да бъде разкрито чрез множество философски, социологически и лингвокултурни теории. Ако се съотнесе към глобалния туризъм, етническата принадлежност ще окаже своето основно влияние в сферата на етнотуризма и несъмнено се повлияе избора на голяма част от туристите, които пътуват до екзотична и непозната реалност. Оптимален резултат трябва да се очаква, когато туристът разглежда културното многообразие от положителна гледна точка. Всяка дестинация, която привлича пътуващите чрез уникалността на своите нематериални активи, е в състояние да се утвърди като марка за етно туризъм. Въпреки това, етническата идентичност предлага допълнително разбиране, а именно разбирането на ролята на етническата идентичност не като туристическа цел, а като профилиращ компонент, който има най-голямо влияние върху туристическата мотивация. За да хвърли светлина върху последното, предложеното проучване анализира въпроса за етническата принадлежност (българи и българи мюсюлмани, живеещи в Югозападна България) като причина за техния избор при туристическото пътуване.

- 5.4. Levunlieva, M., Kiryakova-Dineva, T., & Krasteva, Ruska (2017). Information availability and the process of academic internationalization (on the example of South-West University "Neofit Rilski" - Blagoevgrad), In: edulearn, pp. 288-294. ISBN: 978-84-697-3777-4, doi: 10.21125/edulearn.2017.1067

Статията е фокусирана върху стратегиите за релевантност при представяне на курсовете на бъдещите международни студенти от Югозападния университет „Неофит Рилски” - Благоевград и възприема схващането, че формалните и семантични характеристики на английския език, използвани за изграждане на международния имидж на университета, са в съответствие с виртуалната му репрезентация. За да обоснове това твърдение, той анализира процеса на улесняване на достъпа до информация на две нива: 1) наличие на структура (проучване на сайта на университета); 2) достъпност на езика (проучване на езика на описанията на курсовете и програмите за чуждестранни студенти).

- 5.5. Кирякова-Динева, Теодора (2009). Комуникативно-прагматични аспекти на търговската кореспонденция като основен елемент на диалога в предприемачеството. Научна конференция „Мениджмънт и предприемачество” = Scientific conference on management and entrepreneurship. София: Технически университет, стр. 205-209. ISBN: 1313-9460

В статията е предложен интегративен подход към проблема на бизнес комуникацията като са дискутирани комуникативно-прагматични особености в седем тематични групи на бизнес писма. Анализирани са някои от основните задачи на комуникацията в бизнес средата, на базата на които е утвърдена нуждата от усъвършенстване на социалните и межкултурните връзки и междуфирмения диалог, и е изведена „интернационално канонизирания” вид общуване за целите на търговските отношения. Основните цели на диалога са подкрепени чрез седем вида бизнес писма, които са в съответствие с конкретната тематика на диалога. В обособените функционални групи са предложени по-важните стилови характеристики като също така са разгледани и екстралингвистични фактори, имащи отношение към прагматиката на дадената тематична група. Специално място в анализа е отделен на диалога в специализирания текст в предприемачеството и спазването на бизнес стандартите в търговската кореспонденция чрез разновидностите бизнес композиция, предложения и изключителна полза на адресата, интернационални наименования за произход, специфика на лескиката, стандартизиране, но също така и интеркултурна обусловеност.

- 5.6. Кирякова-Динева, Теодора (2009). Специализираният език в чуждоезиковото обучение на студенти икономисти Мениджмънт и предприемачество, Научна конференция „Мениджмънт и предприемачество” = Scientific conference on management and entrepreneurship, Технически университет: София, стр. 210-213. ISBN: 1313-9460

Специализираният език е лингвистична категория, която се използва в определена, сфера или бранш. Към специализирания език спадат терминология, специални понятия, заемки, а също и специфични конструкции, стилистични средства и съкращения. Много често тези средства не са приложими извън дадения контекст или пък могат да бъдат декодирани многозначно. Статията се спира на някои опорни точки в дискусията по отношение на специализирания език, на чиято база специализираният език е разгледан през призмата на чуждоезиковото обучение на студенти икономисти. Концепцията за специализирания език по така избраното предназначение бива представено и на базата на „хоризонталната“ и „вертикалната“ класификация на специализирания език, а също и чрез разграниченията на ниво макроструктура, микроструктура в специализирания текст. В статията е изказано становището, че специализираният език представлява съществен момент от овладяването на чужд език за специфични цели и че неговата сложност обуславя овладяването му на по-късен етап от усвояването на чуждия език.

- 5.7. Кирякова-Динева, Теодора (2008): Културна компетентност през призмата на чуждоезиковото обучение. В: Сборник научни доклади. Издателство на

Лесотехнически университет, Юнодола. Том. 11, стр. 456-462. ISBN: 1311-4506
http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/volumes/msd_21.pdf

Социалното, политическото и икономическото развитие в цяла Европа, и в частност – в България, създава чудесната възможност за българските студенти, изучаващи чужд език, да си намерят работа в страна, в която пожелаят. Докато в миналото повечето от работодателите бяха предимно местни, то днес студентите избират измежду много международни фирми, например смесени фирми. За студентите от специалност ”Туризм” интерес представляват най-вече хотелите, чиито гости идват от целия свят. С цел предлагане на по-ефективно обучение и за да бъдат студентите по-добре подготвени за своята бъдеща професионална реализация, чуждоезиковите сектори по факултетите предприемат сериозни мерки, за да подобрят чуждоезиковото обучение като създават курсове по специализиран чужд език, пример да това е курсът по икономически немски език (или друг чужд език). По този начин, съществуващите учебни програми подлежат на промяна като в тях се комбинира чуждият език и опознаването на чуждите нации, за да могат да гарантират обучение, което да е насочено към практиката. Това е единственият начин за студентите да придобият межкултурна компетентност и да се реализират успешно в своята бъдеща професия. На базата на някои основни постулати като *културна компетентност и комуникативна компетентност* е подкрепена предложената чрез заглавието теза, а именно, че чуждоезиковото обучение и културата взаимно се обуславят, а също и че културната компетентност е предпоставка за успешно общуване, особено в сферата на туризма.

- 5.8. Кирякова-Динева, Теодора (2009): Бизнес – кореспонденцията на чужд език – интеракция и интеркултурна комуникация. В „Туризмът и устойчивото развитие на обществото”, Сборник с доклади от международна научно-практическа конференция. ИУ – Варна, Колеж по туризъм. Варна, 2009, стр. 437-445. ISBN: 978-954-21-2424-7

В статията са разгледани ползите от приемане на интеркултурен подход в преподаването на чужд език за специални цели (т.е. бизнес английски и бизнес немски език), като са приложени някои конкретни наблюдения от практическите курсове по бизнес кореспонденция за приложните специалности Туризм и Приложна лингвистика, където обучението включва повече от един чужд език. Направения обзор е анализира въздействието на културното съзнание, в писмената и устната комуникация. Установени са някои пропуски по отношение на изискванията на вида комуникация и несъобразяване с типа общуване. На базата на проведен анализ се установява, че бизнес комуникацията следва да се разглежда в интердисциплинарен контекст като комплекс от културни феномени и практики, включващи основните специфики при обмена на информация в международен план, опосредствани от високите технологии, но винаги в съответствие с фирмения официално-делови стил.

- 5.9. Kiryakova-Dineva, Teodora (2008): Authenticity, tourism and advertising. В: Tourism in the new millenium: International scientific conference 15th anniversary of the establishment of the major of tourism faculty of economics South-West University of

Neofit Rilsky. Том. 2, Университетско издателство, Благоевград. стр. 257 – 262. ISBN: 978-954-680-488-4

Статията разглежда разглежда взаимосвързаността между понятия като туристически обекти, възприемане, автентичност и реклама, както и значението на тези връзки за туристическата дейност. Целта на статията е да се обсъди някои различни разбирания на спрямо гледните точки по отношение на автентичността и рекламата като средство за привличане на посетители. Акцентът на статията е върху обсъждането на туристическото потребление във релацията на избраните, и често противоречиви едно на друго понятия автентичност и реклама.

- 5.10. Kiryakova-Dineva, Teodora (2008). Towards a basic model in foreign language training (FLT) in tourism. В: Tourism in the new millenium : International scientific conference 15th anniversary of the establishment of the major of tourism faculty of economics South-West University of Neofit Rilsky. Том. 2, Университетско издателство, Благоевград. стр. 176 – 181, ISBN: 978-954-680-488-4

С настъпването на новото хилядолетие, все повече нараства интереса към въпроси, свързани със съвременната туристическа индустрия. Ефективното образование в туризма често трябва да бъде съчетано с ефективно обучение по чужд език (FLT), което от друга страна е и интересно поле за изследване на представители от различни научни области като туризъм, методисти по чуждоезиково обучение, приложна лингвистика. Дългогодишно предизвикателство пред FLT остава предизвикателството за съчетаване на традиционния подход към езика с належащите изисквания за пригодимост на езиковото обучение за специални цели, в нашия случай към практиката на туризма. Нарастващото взаимодействие между популярните, и не толкова популярни чужди езици, нарастващото влияние на многоезична Европа, както и експанзията на туристическия сектор поставят все повече и повече изискването за придобиване на чуждоезикова компетентност, съчетана със знания и умения в друга професионална област, което е едно от желаните комбинации на трудовия пазар. Изхождайки от това твърдение, статията изяснява някои положения на FLT и накратко подчертава използването им за специфични цели, като е почерпен опита на чуждоезиковото обучение в специалност „Туризъм“ на Югозападен университет „Неофит Рилски“.

- 5.11. Кирякова-Динева, Т. (2010). Чуждоезиковата компетентност на докторанта. В: Докторантите в диалог с науката. Сборник с научни студии и статии 2010: 295-302. ISBN: 978-954-680-695-6

В унисон с новата парадигма на чуждоезиковото обучение и интернационализацията на висшето образование, и като резултат на високите изисквания към научните изследвания в международен план, поставеният проблем за чуждоезиковата компетентност на докторантите, е релевантен и актуален. Статията дискутира въпроса за необходимостта от повишаване на целия набор от компетентности при подготовката на докторантите с цел способстване на тяхната по-висока квалификация при по-нататъшното им професионално развитие. Отговаряйки на този въпрос, фокусът преминава към езиковата компетентност на докторантите, а още по-специално място е отделено на комуникативната и на чуждоезиковата компетентност. Чуждоезиковата компетентност е представена като многоаспектен

комплекс, изграден на базата на широк обем от знания и умения и субкомпетенции, сред които най-важните са речево-писмената, чуждоезиковата, и не на последно място – *чуждоезиковата комуникативна компетентност*, която във най-висока степен е съобразена със мултикултурния и многоезичен облик на Европа и света.

- 5.12. Стойкова, П., Кирякова-Динева, Т. & Ленджова, В. (2018). Миграция на мюсюлманите от област Благоевград , Дигиталната революция в културните и социалните процеси, 68-76. ISBN - 978-954-00-0171-5

Като една от 28 области в България и шеста по големина в страната, област Благоевград има сравнително стабилна демографска структура. В половината от общините, разположени в областта определено има смесено население с оглед на тяхната религиозна структура, състояща се от християни и мюсюлмани. Данните от последните преброявания на населението в България показват, че намаляването на населението се установява основно в християнските села. В голяма част от селата с изцяло или преобладаващо мюсюлманско население има увеличение на населението. Демографската картина е обещаващо стабилна само за селата, в които живеят българските мюсюлмани предимно поради техните културни особености, малка миграция и висока раждаемост. С оглед на тези проблеми в статията са разгледани културните особености, включително тенденциите в туризма.

- 5.13. Kiryakova-Dineva, T. & Chankova, Y. (2015). Living and celebration together. In: Bock, B., Günes, S. & Kiryakova-Dineva, T. (Hrsg.) Gelebte Mehrsprachigkeit – Living Multilingualism, pp. 73-89. ISBN: 978-3-8300-8313-9

Статията поставя в един по-широк контекст традицията на празничността и споделянето на общите празници, като техната обединяваща характеристика е значението им и общите корени в различните езици, т.е. това което ги обединява е тяхното многоезично сходство.

Дата: 10.10.2019 г.

Благоевград

Теодора Кирякова-Динева (ТК)

Подпис:

**ABSTRACTS OF THE PUBLICATIONS OF CHIEF ASSISTANT PROFESSOR
DOCTOR TEODORA KIRYAKOVA-DINEVA, submitted for participation at the
academic procedure for the “ASSOCIATE PROFESSOR” POSITION**

I. Monographic work

КИРЯКОВА-ДИНЕВА, ТЕОДОРА. МЕЖДУКУЛТУРЕН ДИАЛОГ В ТУРИЗМА. УИ „Неофит Рилски”, Благоевград, 2016 г., 204 стр. , ISBN: 978-954-00-0079-4

The main work that I am participating at the academic procedure is the monographic work “INTERCULTURAL DIALOGUE IN TOURISM” (“Neofit Rilski” Publishing House, Blagoevgrad, 2016, ISBN: 978-954-00-0079-4). The study problematizes intercultural dialogue in general, examines the techniques of the universal dialogue, determines the importance of the intercultural dialogue, on which the interconnection between the contemporary tourism and intercultural dialogue has been explored in view of the terminological basis. Chapter one deals with the scope of intercultural dialogue and its impact on tourism, since tourism can hardly be restricted within one country, for the tourism activity it is impossible to exist without contacts and tourist flows from other countries and cultures. Better relationships require communication that most closely respect the specificities of intercultural dialogue. In the second chapter, intercultural dialogue has been examined from the perspective of the theories of intercultural relations (the theory of cultural identity negotiation (CINT), the theory of communicative accommodation, the theory of intercultural adaptation, the theory of acculturation in tourism. The model of tourism cultures has been discussed, on the basis of which a methodology for analysis and evaluation of the intercultural dialogue in tourism was presented. The survey was tested by a case study (151 respondents), elaborated on a wide range of 23 questions concerning different aspects of intercultural dialogue in the tourist contact area. More specifically, the following indicators has been analyzed: first contact with the tourists and information reached. Special attention is paid to the problem of the sensitivity of foreign tourists to the tangible tourist resources, on the one hand, and to the sensitivity of tourists to human resources, on the other. Some conclusions arising due to cultural differences were assessed. It was also concluded that intercultural dialogue can be seen as an instrument for improving the tourist culture and overcoming the distance emerging from other communication barriers or intercultural differences.

II. Textbook: Kiryakova-Dineva (2016). Dialoge für den bulgarischen Tourismus. УИ „Неофит Рилски”, Благоевград, ISBN 978-954-00-0078-7

International tourism, as one of the fastest growing sectors of the world economy, nowadays requires that both students and educators obtain a solid foreign language competence. Knowing a foreign language is not enough in the third millennium. Knowledge of second and third foreign languages is a guarantee not only for a good professional realization, but especially in the field of

tourism, it is increasingly perceived as a guarantee for better service quality. In order to support both foreign language and intercultural communication, the textbook *Interkulturelle Dialoge für den bulgarischen Tourismus*, offers a perspective into diverse subject matters, and provides an opportunity to discuss issues in the field of Bulgarian tourism using German as a foreign language. Some of the topics being developed are *Tourist Organisationen*, *Bulgarien als beliebtes Reiseziel*, *100 Nationale Touristische Objekte*, *Ökotourismus*, *Wellness- and SPA-Tourismus in Bulgarien*.

III. PUBLICATIONS IN REFEREED AND INDEXED JOURNALS

3.1 Kiryakova-Dineva, T., Kyurova, V. & Chankova, Y. (2019) Soft Skills for Sustainable Development in Tourism: the Bulgarian experience, *European Journal of Sustainable Development*, 57-68. /Web of Science/

The article “Soft Skills for Sustainable Development in Tourism” has been authored by Teodora Kiryakova-Dineva, Vyara Kyurova and Yana Chankova and is aimed at discussing the soft skills acquisition in the tourism industry as a means of education for sustainable development. A quantitative research approach has been applied in order to investigate soft skills needed for tourism. The analysis is based on interviews carried out with representatives of the Bulgarian regional Chamber of Commerce, representatives of Bulgarian hotel restaurant industry. Additionally, a case study with three groups of respondents 1. Learners, 2. Educators and 3. Representatives of business and Employers in the tourism industry and hospitality in Bulgaria was conducted based on a combined list of soft skills. Whereas some hard skills are traditionally taught at the educational institutions, soft skills, here identified as *Core soft skills*, *Specific soft skills* and *Managerial soft skills*, often remain beyond the educators’ aims. Thus, the study provides some useful insights into the contemporary practice of tourism and hospitality education, on the one hand, and into the paradigm of education for sustainable development, on the other.

3.2 Kiryakova-Dineva, T., Krasteva, R & Chankova, Y. (2019). Synergetic effects between fasting, well-being and anti-consumption within the walls of Orthodox monasteries and outside them. *British Food Journal*, 1467-1479. /Scopus, Web of Science/
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-04-2018-0243/full/html>

The article „**Synergetic effects between fasting, well-being and anti-consumption within the walls of Orthodox monasteries and outside them**“ authored by Teodora Kiryakova-Dineva, Ruska Krasteva and Yana Chankova has been published by Emerald publishing in the *British Food Journal*, pages 1467-1479, indexed and refereed in the data bases *Scopus* and *Web of Science*. The purpose of the article is twofold: *first*, to explore the possible synergetic effects between food-restricted behavior (fasting in Orthodox Christianity) and physical and mental health; and *second*, to ponder on the nature of fasting and to reveal the potentials monastery cuisine has, reaching outside the world of religion and entering the world of consumption. A qualitative research approach based on in-depth interviews was carried out in Orthodox monasteries, in particular, in three monasteries in the territory of Mount Athos and in three monasteries in Northern Greece. Additionally, ten Bulgarians who visited monasteries situated at

Mount Athos have been interviewed. Fasting is an intriguing issue that offers many perspectives for people not only within but also without the monastery walls. Food-restricted behaviour as practiced in Orthodox Christianity shall be considered as beneficial for people's health and as such it can reveal a lot of additional spiritual values for non-believers. Future applications of fasting practices as a non-consumptive behaviour and in view of social movements for healthy nutrition. A possibility for fasting menus as an alternative to fast food menus can be exploited. The study provides some useful insights into the contemporary practice of Eastern Orthodox fasting and confirms that fasting is a successful means of achieving mental and physical well-being. New perspectives for monastery cuisine as a resource and brand strategy for restaurant business and tourism have also been proposed.

3.3 Kiryakova-Dineva, Teodora (2016): The interplay of visual images in food advertising. In: ANNALS OF THE UNIVERSITY OF CRAIOVA, Editura Universitaria, 1-2, 215-226. /Scopus/

This paper examines food advertising as a complex multi-modal ensemble that includes linguistic and graphic, as well as audio-visual elements. The aim of the paper is to review the interaction between the type of communication that is pragmatically determined, the marketing intentions to sale the advertised food and the environment for delivering the message via broadcasting. Unlike most of the discussions on the role of food advertising, the present report explores and demonstrates pragmatic value of the specific commercial in which the verbal cues are supported by pictures and images. The configuration text – picture is further analyzed as a type of relationship, concerning the extra-linguistic reality as a favourable medium and condition for executing the goal of the commercial.

3.4 Krasteva, R., Kiryakova-Dineva, T. (2018). Re-thinking the Role of Rural Tourism. Potentials for a Sustainable Transborder Tourism in the Area Bulgaria-Greece. In: European Journal of Sustainable Development, pp. 41-50. /Web of Science/ <http://ojs.ecsdev.org/index.php/ejsd/article/view/639/635>

Social and cultural constructions of space and place are often marked through the concept of border. The role of borders, particularly the interregional and international ones can be affirmed by the intensified contacts of border communities and strengthened international cooperation, that's why this article aims to analyze the transborder area between Southern Bulgaria and Northern Greece through the lenses of sustainable rural tourism. The research evaluates the potentials for rural tourism by exploring the competitiveness of the chosen borderland. The applied qualitative analysis uses the complex aggregate indicator of competitiveness which is comprised of twelve criteria. The final aim of research is to emphasize the role of rural tourism so to rethink the possibilities of a common transborder strategy for sustainable rural tourism. The interesting and unique aspect of the study lays in its holistic approach and its deductive character.

3.5 Kiryakova-Dineva, T., Levunlieva, M. & Kyurova, V. (2017): IPHRAS as an e-learning platform for idiomatic competence. In: Electronic Journal of e-Learning , vol. 15, no. 2, pp 137-143. <http://www.ejel.org/volume15/issue2/p137>

The integration of E-learning has expanded in a variety of directions to a degree that its successful application is of great importance to all sectors of education and training. E-learning can offer unquestionable advantages to everyone involved in both the assessment and the knowledge transfer process. Some of the challenges of e-learning methods rest in choosing the right platform, and in determining the scope of the selected material as well as the adequacy of its user-friendly methodology. Among the features of e-learning platforms that are applicable to a wider audience is the criterion of multi-language application. As regards E-learning in foreign language education, there are three pragmatic and cultural aspects which are often omitted from the e-learning system: 1) the transfer of idiomatic competence; 2) the acquisition of cultural concepts; and 3) the inclusion of small and endangered languages. The article presents the developed e-learning platform IPHRAS - Interphraseologie für Studien-und Berufsmobile and focuses on the methodology for foreign language learning in a multilingual electronic environment, whereby this process was facilitated by the incorporation of thematically structured multiword units (idioms and collocations).

IV. Articles published in Bulgarian and foreign journals and collective works with scientific review

- 4.8 Кирякова-Динева, Теодора (2016). Ефекти на межкултурния диалог в туризма. *Entrepreneurship Journal*, 2016, Volume IV (2), 311-323.

This paper assumes that the intercultural dialogue is a successful communicative form not only in view of its conversational value, but also in view of the effects resulting from the extralinguistic relationships that derive from it. The intercultural dialogue plays an essential role in the sphere of international tourism whereby its undeniable positive influence can hardly be treated in a single act. This paper focuses on its successful influence especially having in mind that the intercultural dialogue in tourism is manifested via the means of the intercultural competences, through the development of intercultural tourist competence, the enhancing intercultural sensitivity in tourism, the improvement of the processes of intercultural adaptation of tourists and finally can contribute to the minimization of the impact of culture shock in tourism. These four main effects ensue from a more comprehensive survey in the sphere of recreational tourism in Bulgaria encompassing different target groups of foreign tourists of several nationalities.

- 4.9 Кирякова-Динева, Теодора & Хаджипетрова-Лачова, Мария (2017). Интеркултурен мениджмънт – аспекти и перспективи за бизнес практиката на организацията. В: *Entrepreneurship Journal*, Volume V (1), pp. 97-105.

Based on concepts of the nature of intercultural management the presented article starts with the discussion of human resource management as a culture specific instrument representing both the national culture and the business culture of an enterprise. In particular, the analysis is focused on the scope of intercultural management regarding international managerial practices and the stages in its development. The role of intercultural management for overcoming conflicts is presented as well in order to reveal the inner connection between business efficiency and the ability for intercultural thinking. Last but not least, the advantages of intercultural management training have been discussed, where three methodological approaches are presented.

4.10 Гюнеш, С., Кирякова-Динева, Т. & Кръстева, Р. Устойчиво развитие чрез партньорства между България, Турция, Италия и Гърция, *Устойчиво развитие* 2017: 44-50. Технически университет: Варна. ISBN: 1314-4138 (print) ISSN: 2367-5454
The sustainable development of the regions worldwide becomes increasingly dependent on the national policies aiming at a large-scale of social processes as well as on the development of closer international relations and partnerships. International and intercultural partnerships have turned into an important tool in achieving quality relationships between the strategic actors. They also represent one of the Global Goals for Sustainable Development (Goal 17). In addition, the benefits of the partnerships between cultures as a practice can be seen in their self-sustaining effect. The proposed article is dedicated to the sustainable development of partnerships in the Mediterranean region, in particular by means of national policies and joint actions in three countries - Bulgaria, Turkey, Italy and Greece. The article discusses some of the good practices, implemented in international projects between these countries.

4.11 Kiryakova-Dineva, Teodora (2010). Auf den Bergen Bulgariens liegt schon wieder Schnee – Tourismusprospekte auf Deutsch und Englisch in Bulgarien, *TRANS*. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften, http://www.inst.at/trans/17Nr/2-8/2-8_kiryakova17.htm

The article has been developed in order to reveal the communicative peculiarities of tourism advertising means in Bulgaria. The focus of the study is placed not only analytically but also critically. The statistics are discussed with some theoretical notes on tourist travel brochures, designed as a successful component for hotel brochures, text-picture interaction. Lastly, the problem of the characteristics of a tourist advertising text is discussed from a pragmatic point of view. Based on the research, it is established that tourist brochures are widespread and widespread in Bulgaria, observing some basic rules, among which in the past is information - presenting information about the relevant species, current, assortments, features, etc., of tourist services. Elements of tourist brochures are presented and persuaded, which persuade them to rely on rational arguments again. The irrational elements are found against the background of the motives included in the advertising message. The analysis used, using the distribution, structure and languages of a foreign brochure in Bulgaria, reveals gaps, such as the relationship of foreign communication for specific tourism purposes and the pragmatics of the advertising language.

4.12 Kiryakova-Dineva, T. (2018). Über das Modewort Schlüsselkompetenzen, gute Deutschkenntnisse oder Mission (im)possible: Die beruflichen Perspektiven bei deutschsprachigen Unternehmen in Bulgarien, IN: „Germanistik und Wirtschaft in der Diskussion“, pp. 89-102.

The article focuses on the question of how German language skills are conceived as a prerequisite for being hired or for doing successful business in Bulgaria. The following frame is used: Firstly, some policies of a supranational level regarding the key competences are discussed. Next, the assessment is twofold, namely, concerning the situation in Bulgaria as a business partner and as regards cooperation and current business offers. Finally, the perspectives available for young people with good knowledge of German in their job search

are presented. This is expected to provide information for better future career planning and curricula development.

- 4.13 Kiryakova-Dineva, T. & Terziyska, I. (2017). The need of intercultural training in the sphere of entrepreneurship. In: Kyurova et.al. (2017) Theoretical and practical aspects of youth and women entrepreneurship, pp. 85-102. ISBN: 978-954-00-0150-0

Discussing the contemporary state-of-art for the intercultural education and building on a case study survey the chapter discusses the need for the inclusion of intercultural issues in the modern training, more specifically in the educational paradigms of entrepreneurship. In the context of the present case, this study investigates the attitude of young entrepreneurs to intercultural assets and analyses some specific intercultural issues related to entrepreneurship education. Intercultural learning is conceived in a wider sense, where, in addition to foreign language communication skills, intercultural skills mean an awareness for work and cooperation in a multicultural environment. Being interculturally prepared is an integral part in view of international business processes' exchange. This study on the need for intercultural training for the purposes of entrepreneurship education was focused against the backdrop of the following four features: *presence of entrepreneurial studies in courses studied; presence of foreign training in courses studied, estimation of skills relevant to personal interests and future development and estimation of intercultural skills relevant to personal and professional development.*

- 4.14 Kiryakova-Dineva, T. (2017). Essen und Religion. Eine kleine kulinarische Reise durch Bulgarien , Diskurse des Alimentären. Essen und Trinken aus kultur-, literatur- und sprachwissenschaftlicher Sicht, 67-76

The Chapter "Essen und Religion" is part of the book *Diskurse des Alimentären* (2017) presents some religious aspects of food as part of the general theme of eating in cultural assets. On the example some religious food, the fundamental link between religion and food is emphasized. People often transform their intangible concepts, such as their belief in God or a Holly Saint, most easily through material objects - or through food prepared for a particular religious event. To foods prepared for a Christian occasion are given mysterious properties. Religion and religiosity can be considered as the main motive when talking about food and typical Bulgarian dishes. Such a starting point can be found both in terms of symbolism, which is a powerful resource for different cultural practices. The Chapter discusses some local aspects of food and focuses on some religious practices of the two dominant religions in the Balkans - Christianity and Islam. The religious content of eating has been examined in view of religious food among Orthodox and Muslim citizens in Bulgaria. Food and drink are among the most common and natural actions of man's culture. Food is, therefore, more than just a necessary intake of food that helps to maintain a person's vital functions.

V. Published conference papers at national and foreign conferences

- 5.1. Kiryakova-Dineva, T., Hadzhipetrova-Lachova, M. & Chankova, Y. (2017). Intercultural dialogue for education in the Mediterranean region, In: Edulearn,. 3920-3926.

International relations and intercultural contacts have long been recognized as an important issue not only in trade, tourism and education but in politics as well. Blending the features of thinking intercultural and being international has a bearing not only on the opportunity of meeting people from different cultural backgrounds but also offers specific insights relating to the debate on multiculturalism. Nowadays, intercultural dialogue affects almost all spheres of social life, hence taking an active part in the social, economic and geopolitical processes depends more than ever on the ability to (re)act intercultural. Both promoting and creating intercultural policies in Europe and in the Mediterranean can be considered a successful way of optimizing and making relations friendly. The aim of the present study is to evaluate the intercultural dialogue in the light of the international relations between EU and the Mediterranean area. The methodology involves a comparative analysis of the educational policies envisaging application of the intercultural dialog in the Mediterranean region.

- 5.2. Kiryakova-Dineva, T. & Kitkova, M. (2016). Intercultural dialogue: A prerequisite for successful tourist adaptation. In: Živković, Živan (Ed.) Book of proceedings. XII International May Conference on Strategic Management IMKSM 2016, May 28 – 30, 2016. Bor: Technical Faculty, Management Department, pp. 593-603.

For centuries tourism has been one of the most important forms of performing direct contacts between cultures. This processes of travelling and tourism practice happen in a gentle and agreeable manner for representatives of different cultures. The reasons for considering tourism as an important means for cultural diversity are so large that nowadays we could hardly indicate a place left untouched by the dialogue between cultures. In this sense, there could be found many intercultural ties that can be investigated. This article focuses on the Bulgarian seaside tourism and gives examples of intercultural host-home interactions. In addition, the role of intercultural dialogue, communication across different cultures and the influence of individual cultural background have been discussed. In view of this problem, special attention is paid to the influences of the nationality of the tourists (Russian, German and British). The study carried out reflects mainly the model of the cultures in contact, the cultural diversity and the adjustment processes.

- 5.3. Кирякова-Динева, Теодора (2017). Етническа идентичност и туристическа мотивация в Югозападна България. В: Местната идентичност и глобалният туризъм, стр. 276-286, Славена: Варна.

The significance of ethnicity can be revealed through a plethora of philosophical, sociological and linguo-cultural theories. Related to global tourism, ethnicity has its major impact in the sphere of ethno-tourism and undoubtedly concerns the choice of tourists to travel. An optimal result is to be expected when the tourist views cultural diversity from a positive perspective. A destination attracting travelers through the uniqueness of its intangible assets can establish itself as an ethno-tourism brand. However, ethnic identity offers an additional understanding, namely, the understanding of the role of ethnic identity not as a tourist goal but as a profiling component having the greatest impact for the tourist motivation. To shed light on the latter, the proposed study analyzes the ethnicity issue (Bulgarians and Bulgarian Muslims living in southwestern Bulgaria) and reveals the inner connections between their choices for travel.

- 5.4. Levunlieva, M., Kiryakova-Dineva, T., & Krasteva, Ruska (2017). Information availability and the process of academic internationalization (on the example of South-West University “Neofit Rilski” - Blagoevgrad), In: edulearn, pp. 288-294. ISBN: 978-84-697-3777-4, doi: 10.21125/edulearn.2017.1067

The paper focuses on strategies for providing relevant course information for prospective international students of South-West University “Neofit Rilski” – Blagoevgrad and adopts the view that the formal and semantic characteristics of the English language used to build the international image of the university correlate with its virtual existence. To substantiate this claim, it analyzes the process of facilitating information access at two levels: 1) structure-based availability (exploration of the university site); 2) language-based availability (inquiry into the language of course and program descriptions for foreign students).

- 5.5. Кирякова-Динева, Теодора (2009). Комуникативно-прагматични аспекти на търговската кореспонденция като основен елемент на диалога в предприемачеството. Научна конференция „Мениджмънт и предприемачество” = Scientific conference on management and entrepreneurship. София: Технически университет, стр. 205-209. ISBN: 1313-9460

The article introduces an integrative approach to the problem of business communication by discussing communicative and pragmatic features in seven thematic groups of business letters. Some of the main tasks of communication in the business environment have been analyzed, on the basis of which the need to improve social and intercultural relations and inter-company dialog has been confirmed, and the "internationally canonized" type of communication for the purposes of trade relations has been derived. The main objectives of the dialogue are supported by seven types of business letters that are in line with the specific topic of the dialogue. In the separate functional groups, the more important stylistic characteristics are proposed, as well as the extralinguistic factors relevant to the pragmatics of the thematic group. A special place in the analysis is given to the dialogue in the specialized text in entrepreneurship and compliance with business standards in commercial correspondence through the varieties of business composition, suggestions and exceptional benefit of the addressee, international names of origin, the specifics of the line, standardization, but also intercultural conditionality.

- 5.6. Кирякова-Динева, Теодора (2009). Специализираният език в чуждоезиковото обучение на студенти икономисти Мениджмънт и предприемачество, Научна конференция „Мениджмънт и предприемачество” = Scientific conference on management and entrepreneurship, Технически университет: София, стр. 210-213. ISBN: 1313-9460

Specialized language is a linguistic category that is used in a particular field or industry. The specialized language includes terminology, special concepts, borrowings, as well as specific constructions, stylistic aids and abbreviations. Very often, these tools are not applicable outside of the given context, or they can be decoded meaningfully. The article focuses on some of the main points of discussion in the specialized language, on the basis of which the specialized language was examined through the prism of foreign language training of economics students. The concept of the specialized language for the purpose chosen is also presented on the basis of the „horizontal“ and „vertical” classification of the specialized

language, as well as through the differences at the level of macrostructure, microstructure in the specialized text. The article argues that the specialized language represents an essential moment of mastering a foreign language for specific purposes and that its complexity determines its mastery at a later stage than the acquisition of a foreign language. The conclusions of the article prove the initial statement, that the language for specific purposes can be seen as a linguistic category which is used in one specific sphere or branch. It includes terminology, special notions and borrowings as well as specific constructions, stylistic devices and abbreviations. Very often these features are not applicable outside of a given context or they can be ambiguous decoded.

- 5.7. Кирякова-Динева, Теодора (2008): Културна компетентност през призмата на чуждоезиковото обучение. В: Сборник научни доклади. Издателство на Лесотехнически университет, Юнодола. Том. 11, стр. 456-462. ISBN: 1311-4506 (print) http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/volumes/msd_21.pdf

The socio-political and economic development in Europe, and in particular in Bulgaria, creates a great opportunity for Bulgarian students learning a foreign language, to find a job in the country they want. While in the past most of the employers were mostly local, today students choose from many international companies, such as joint ventures. Of particular interest for the students in the specialty Tourism are the hotels whose guests come from all over the world. In order to offer a more effective training, the foreign language departments of the faculties are taking serious steps to improve their foreign language education by creating specialized foreign language courses, an example being the course in Economic German (or other foreign language). Thus, existing curricula are subject to a change, combining foreign language and familiarity with foreign nations so that they can provide practice-oriented training. This is the only way for students to acquire intercultural competence and to succeed in their future profession. On the basis of some basic tenets such as cultural competence and communicative competence, the title suggested that language learning and culture are mutually reinforcing and that cultural competence is a prerequisite for successful communication, especially in the field of tourism.

- 5.8. Кирякова-Динева, Теодора (2009): Бизнес – кореспонденцията на чужд език – интеракция и интеркултурна комуникация. В „Туризмът и устойчивото развитие на обществото”, Сборник с доклади от международна научно-практическа конференция. ИУ – Варна, Колеж по туризъм. Варна, 2009, стр. 437-445. ISBN: 978-954-21-2424-7

The article discusses the benefits of applying an intercultural approach in teaching a foreign language for special purposes (i.e. Business English and Business German), and it further presents some specific observations from practical business correspondence courses in the Tourism and Applied Linguistics majors, where the training involves more than one foreign language. This article analyzes the impact of cultural awareness in written and oral communication. Some gaps have been identified with regards to the requirements of the type of communication and non-compliance with the type of communication. Based on the analysis, it has been concluded that business communication should be considered in an interdisciplinary context as a complex of cultural phenomena and practices, incorporating the

main specifics in the exchange of information internationally, mediated by high technology, but always in accordance with the corporate business style.

- 5.9. Kiryakova-Dineva, Teodora (2008): Authenticity, tourism and advertising. В: Tourism in the new millenium: International scientific conference 15th anniversary of the establishment of the major of tourism faculty of economics South-West University of Neofit Rilsky. Том. 2, Университетско издателство, Благоевград. стр. 257 – 262. ISBN: 978-954-680-488-4

The present paper analyzes how notions like tourist objects, perceptions, authenticity and advertising are interacting with each other and what kind of relationships exist between them. The purpose is to discuss the different understandings form the view of the tourism practice, whereby authenticity and advertising be a common means for attracting visitors. The focus of the article is on the discussion of the tourism consumption in the interrelation with the proposed features of the two contradicting to each other notions of authenticity and advertising.

- 5.10. Kiryakova-Dineva, Teodora (2008). Towards a basic model in foreign language training (FLT) in tourism. В: Tourism in the new millenium : International scientific conference 15th anniversary of the establishment of the major of tourism faculty of economics South-West University of Neofit Rilsky. Том. 2, Университетско издателство, Благоевград. стр. 176 – 181, ISBN: 978-954-680-488-4

The advent of the new millennium has witnessed a sustained interest in issues related to the modern tourism industry. The effective education in the tourism research often has to be coupled with foreign language training (FLT) which represents an interesting field for representatives of different scientific fields as tourism, foreign language methodology, applied linguistics. Perennial challenges to the FLT is the question of how to bring together the traditional approach to language with the pressing demands for relevancy of the language instruction for special purposes, and in this very case for tourism practice. The growing interaction between popular and not so popular foreign languages, the increasing influence of multilingual Europe and the tourism sector put in more and more requirements for obtaining foreign language competence which combined with knowledge of and skills in another professional area is highly desirable in the marketplace. On the basis of these assumptions this article clarifies some concepts and notions of FLT and briefly highlights the utilization of FLT. From a hierarchical chain perspective some objectives including the ones at the department of Tourism at the South-West University “Neofit Rilski” are presented.

- 5.11. Кирякова-Динева, Т. (2010). Чуждоезиковата компетентност на докторанта. В: Докторантите в диалог с науката. Сборник с научни студии и статии 2010: 295-302. ISBN: 978-954-680-695-6

In line with the new paradigm of foreign language education and the internationalization of higher education, and as a result of the high international research requirements, the problem posed by doctoral students' foreign language competence is relevant and relevant. The article questions the need to enhance a whole range of competencies in the preparation of PhD

students in order to facilitate their more advanced qualifications in their further professional development. In answering this question, the place of doctoral students' linguistic competence was examined, and, in particular, place was given to communicative and foreign language competence. Foreign language competence is presented as a multidimensional complex, built on a wide range of knowledge and skills and sub-competencies, the most important of which according to the author are the spoken and written foreign language, and last but not least - the foreign language communicative competence, which is highly adapted with the multicultural and multilingual image of Europe and the world.

- 5.12. Стойкова, П., Кирякова-Динева, Т. & Ленджова, В. (2018). Миграция на мюсюлманите от област Благоевград , Дигиталната революция в културните и социалните процеси, 68-76. ISBN - 978-954-00-0171-5

Being one of 28 districts in Bulgaria, and being the sixth largest districts of the country, Blagoevgrad district has a relatively stable demographic structure. In half of the municipalities located in the district. There is a mixed population in view of their religious structure, consisting of Christians and Muslims. The data from the last censuses in Bulgaria show that the population decline is mainly attested in the Christian villages. In most of the villages with wholly or predominately Muslim population there is an increase of the population. The demographic picture is promising only for the villages where Bulgarian Muslims live because of their cultural peculiarities, small migration and high birth rates. In view of these problems the cultural peculiarities, including tourism tendencies, have been discussed in the article.

- 5.13. Kiryakova-Dineva, T. & Chankova, Y. (2015). Living and celebration together. In: Bock, B., Günes, S. & Kiryakova-Dineva, T. (Hrsg.) Gelebte Mehrsprachigkeit – Living Multilingualism, pp. 73-89. ISBN: 978-3-8300-8313-9

The article puts in a wider context the tradition of festivities and the sharing of common holidays, their unifying characteristic being their meaning and common roots in different languages, i.e. what unites them, lies in their common cultural and multilingual similarity.

Date: October 10, 2019

Blagoevgrad

Teodora Kiryakova-Dineva (TK)

Signature: