

## РЕЦЕНЗИЯ

за трудовете на доц. д-р Детелина Маринова Мец  
за заемане на академичната длъжност „професор“  
по професионално направление 2.1 Филология, научна специалност  
Съвременен немско езиковедство – фонетика/фонология, стилистика и  
текстолингвистика, обявен в ДВ, бр. 88/13.11.2015г.

от проф. д-р Минка Генчева Златева,  
член на научното жури

Как днес се разширява смисловият хоризонт на текста и на неговите послания в условията на глобализацията и новите информационни технологии? С какви нови територии го обогатяват възможностите на все по-мощно завладяващата ни визуализация в нашето ежедневно общуване с медиите и техните най-нови продукти и услуги? На тези изключително актуални и едновременно комплексни по своя характер проблеми е посветила своите научни интереси и изследвания доц. д-р Детелина Мец, която се явява като единствен кандидат в обявения конкурс за академичната длъжност „професор“ по специалността „Съвременен немско езиковедство - фонетика/фонология, стилистика и текстолингвистика“, обявен в ДВ, бр. 88/13.11.2015 г.

Представените от нея 28 публикации в 6 области обхващат десетгодишния период от 2006 до 2016 г. и включват монографията ѝ „Der Zeitzeuge Werbung. Transdisziplinäre Zugänge“/„Рекламата-свидетел на времето. Трансдисциплинарни подходи“/ (2016), 5 статии в специализирана периодика, 19 статии в български и чуждестранни сборници и 3 научни помагала.

Грижливо и надлежно оформената документация за конкурса свидетелства за академичното израстване и научно – творческите прояви на кандидата. Понастоящем доц. д-р Детелина Мец води 7 лекционни курса в Софийския университет „Св. Кл. Охридски“ и е водила 6 лекционни курса в университети в чужбина / Потсдам, Люксембург, Брага, Хилдесхайм, Ювешкюле и Кьолн/. Установила е и провежда дългогодишна и плодотворна партньорска дейност с университетите в Кьолн, Лайпциг и Хилдесхайм, осъществява организацията на преподавателската и студентската мобилност по европейската програма „Еразъм“ в катедрата „Германистика и скандинавистика“ на ФКНФ на СУ. Участвала е в реализацията на 13 научни проекта, на 7 от които е била научен ръководител. Изнесла

е доклади на 27 международни научни конференции у нас и в чужбина. Реализира експертна научна дейност у нас и в Германия, както и научното ръководство на трима докторанти, единият от които вече успешно е защитил дисертацията си.

Всичко това дава достатъчно пълна и цялостна характеристика на академичния профил на доц. д-р Детелина Мец като преподавател, учен - изследовател, педагог и организатор на науката. Този профил е изграждан през годините с целеустременост и завидна последователност и респектира с широкия обхват на успешни и ефективни изяви както сред българската, така и сред чуждестранната германистична академична общност.

Централно място в представените публикации безспорно принадлежи на монографията **„Der Zeitzeuge Werbung. Transdisziplinaere Zugaenge“** /”Рекламата – свидетел на времето. Трансдисциплинарни подходи”. Този хабилитационен труд на доц. д-р Детелина Мец представлява цялостно сериозно научно изследване с общ обем от 328 страници, с ясно и логично изградена структура, включваща увод, осем глави, заключение, библиография и приложение под формата на компакт-диск. В съдържанието на труда са налице логични преходи и добър баланс между отделните глави.

В увода релефно и точно са очертани целта, предметът и обектът на изследването, обоснован е периодът му, формулирани са изследователските хипотези и използваните трансдисциплинарни изследователски методи.

В осемте глави на монографията последователно са разгледани същностните страни на рекламата като „огледално отражение на бурното развитие на новите технологии, респективно на икономическата ситуация и глобалните промени, настъпващи в действията и мислите на хората”. Анализирани са множество дефиниции и историята на феномена реклама /глава 1/. Разкрити са семиотичните характеристики на текста и спецификата на рекламния спот като единство от вербален текст/слоган/, текст-ядро /като сполучливо нововъведение на авторката/ и визуален текст/глава 2/. Проследени са новите тенденции като емоционална и зелената вълна в рекламата при смяната на поколенията в условията на глобализацията /глава 3/. Даден е добър обзор на развитието на науката за комуникацията /глава 4/ и е поставен акцент върху проблемите на манипулацията чрез комуникация и нарастването на ролята на визуалната комуникация в рекламата и маркетинга / глава 5/. Обърнато е специално внимание на дигитализирането и визуализацията

на политическата комуникация / глава 6/. Сред визуалните аспекти е отделено солидно място на цветовете в рекламата в политическата комуникация, на връзката им с психологията и фонологията /глава 7/. Конкретизацията на „космоса от цветове“ е анализирана на базата на цветовете комбинации в политическите плакати и реклами /глава 8/.

Кои са основните достойнства на представения от доц. Мец хабилитационен труд?

На базата на **умело избрани трансдисциплинарни подходи** доц. Мец го изгражда, от една страна, върху анализа на възгледи не само от сферата на текстолингвистиката, но така също от областта на науката за комуникацията, лингвистиката на рекламата, на политиката, и неврологията, а от друга страна, върху резултатите от авторските си емпирични изследвания през **три последователни периода**: до 2010, 2010-2013г. и 2013-2015г. Монографията е завършващ резултат на 15-годишните задълбочени изследвания на авторката на избрания **предмет**- текстовете на търговската и политическата реклама в печатни и аудиовизуални медии в Германия и България. Внутрешно е най-напред **количеството** от 2720 анализирани от доц. Мец рекламни текста, както и на участващите в проведените от нея 7 експеримента 297 немски и български пробанти.

На второ място, **качеството** на направените изводи и препоръки е осигурено с отлично обработения богат емпиричен материал. В приложения към монографията компакт-диск резултатите от всичките експерименти са документирани добросъвестно и удостоверяват **прецизността на извършените експериментални изследвания**.

На трето, но не по значение, място е фактът, че монографията на доц. Мец е доказателство за постоянния ѝ стремеж да не се задоволява с анализи на текста на базата на постиженията само в собственото ѝ изследователско поле - на текстологията, стилистиката, фонетиката и текстолингвистиката. Още от самото начало тя избира да **изследва текста в рекламата в един по-широк контекст** и по-машабна перспектива – в рамките на науката за комуникацията, която се променя динамично и постоянно под въздействието на социалните и технологичните промени през годините и отвежда авторката към все по-актуалните проблеми на журналистиката в печатните и аудиовизуалните медии, към способите на манипулация в комуникацията, към разнообразните по характер интегрирани взаимодействия между текста и картината, в които текстът

функционира в рекламата, пбблик рилейшънс, маркетинга, а в най-ново време – и в невромаркетинга.

Като специалист в областта на комуникацията, медиите и пбблик рилейшънс ще подчертая, че в монографията на доц. Мец впечатлява богатството от теоретични възгледи, които тя анализира подробно в контекста на съвременното развитие на комуникационните процеси и модели на комуникация както в класическите, така и в новите медии.

Много интересен момент в монографията е изследваната от доц. Мец най-нова фаза в развитието на текста с „глобална визия“ /Цв.Тодоров /, тъй като предвид равноправното положение на комуникатора и реципиента в онлайн комуникацията вече го разглеждаме като *отворена структура*. И тук заслужава внимание приносният извод на доц. Мец, че когато имаме писмени и устни, визуални и аудиовизуални текстове, както е в рекламата, кохерентността помежду им се създава именно от комуникативната им употреба.

Тя доказва експериментално чрез прилагане на най-новите постижения на невромаркетинга, че политическата реклама също може да се възприема имплицитно. При това смяната на поколенията и ценностната им система в Европа /при германци и българи/ рефлектират върху дължината на политическия слоган и използваните шрифтови гарнитури, като по този начин влияят върху възприеманата от реципиентите информация и играят ролята на мост, свързващ поколенията и водещ към бъдещето.

Висока стойност имат обосноваването чрез експерименти изводи в монографията на доц. Мец в изучаването на цвета като глобален културен феномен: пионерските изследвания за „цветовото излъчване“ на гласните в немския език, за общовалидността на цветовете в европейското пространство, за способността на рекламата посредством цвета дори без вербално послание да бъде носител на информация.

**Заключението** на монографията обобщава добре и целесъобразно основните изводи по разглежданите теоретични проблеми и резултатите от направените емпирични изследвания.

**Приносите** в монографията са добре формулирани и обосновани. Те съответстват на постиженията на изследователката в научния ѝ труд. Приемам за реалистични приносите на доц. д-р Детелина Мец за разширяване и специфициране на понятието *текстуалност*, както и за обогатяването на определението на понятието *рекламен текст* на базата на извършените от нея експериментални изследвания/с.64-66/.

**Библиографията** от 483 източника на четири езика -немски, английски, руски и български - не само доказва широката осведоменост и научната добросъвестност на авторката, но е значимо и много полезно обобщение на научната литература за рекламата за всички изследователи в тази област.

Монографията на доц. д-р Детелина Мец е написана с изискан стил и в съответствие с нормите на научното **цитиране**.

Тъй като сама анализира и подчертава важната роля на шрифтовете и на цветовете в рекламата, доц. Мец е положила заедно с художника специални грижи за отличния **графичен дизайн** на монографията си както по отношение на шрифтовото оформление, така и на цветовете вариации, използвани за диаграмите, графиките и таблиците в текста. Когато коментира развитието на рекламния език във времето – от зараждането на рекламата до днес, доц. Мец прекрасно визуализира текста си с исторически гравюри, картини на известни художници, флагове и гербове, политически плакати, реклами на търговски марки и на политически партии.

Изразявам убедеността си, че преведена на български език монографията „Der Zeitzeuge Werbung. Transdisziplinäre Zugaenge” на доц. д-р Детелина Мец ще бъде посрещната с интерес и ще се окаже полезна на широк кръг комуникационни специалисти не само в областта на рекламата, но и на теорията на комуникацията, пбблик рилейшънс, журналистиката и маркетинга.

Поради солидния обем на представените **24 статии** на кандидатката в български и чуждестранни научни издания в рецензията няма възможност всички те да бъдат разгледани поотделно. Затова на тяхната база ще се постарая да обобща основните качества на доц. Мец като изследовател, които тя красноречиво доказва както с монографията, така и с всяка една от статиите си.

**Актуалност и новост** на разглежданите теми :

Доц. Мец умее да насочва вниманието си към най-актуалните теми на научните области, в които работи. Ще посоча за пример съвместната ѝ статия с Пламен Цветков на тема ”Alles schon vernetzt oder was?” / „Вече всичко /ли/ е в глобалната мрежа?” / в сп. ”Сравнително езиковедение”, посветена на предимствата на електронните тестове пред т.н. „фиксираните” тестове, изводите в която са направени на базата на анкета чрез тестове с учители по немски език от курсове за преквалификация.

**Компетентност** по разглежданите проблеми:

Доц. Мец подхожда към всяка от темите след задълбочено запознаване с широк кръг от литература. Това се доказва не само от значителния обем от заглавия в библиографията на монографията ѝ, но и в литературата след всяка от статиите ѝ. Например след статията ѝ “Die magische Knopfdruck? Neuromarketing”/ „Невромаркетингът-вълшебното копче за пазаруване?"/следват цели 21 заглавия, използвани за написването ѝ.

**Креативност** в заглавията, както и в текстовете:

Според мен дългогодишните занимания и наблюдения на доц. Мец върху рекламния текст и анализите на многобройните му превъплъщения и визуализации по един своеобразен и дълбок начин са повлияли върху творческия почерк на доц. Мец, като благородно са я “заразили” и са усъвършенствали уменията ѝ да бъде **изобретателна и оригинална** в собствените си научни публикации. Примерите са многобройни: „Lassen wir die Bilder sprechen”/ „Нека цветовете да говорят” /, “Der Dornrosenschlaf der Luxemburger Presse”/ „Люксембургската преса- спящата красавица”/, „Politische Karriere der Farben”/”Политическата кариера на цветовете”/, „Was Naenchen nicht lernt, lernt Hans niemermehr”/ „Каквото Иванчо не научи, Иван никога няма да знае”/ и много други, изпъстрили текстовете ѝ.

**Трансдисциплинарност на използваните методи:**

Това е едно от най-сериозните постижения и достойнства както на монографията и статиите на доц. Мец, така и на цялостната ѝ научна продукция и реализираните от нея проекти у нас и в чужбина. Ведно с широката ѝ обща култура това придава на всички нейни изследвания едно интегрално качество, което бих окачествила с термина **полифоничност**, действаща с мултипликационен ефект и зареждаща с нови идеи много нейни колеги и партньори в страната и чужбина.

Научните статии на доц. Мец я характеризират като продуктивен, трудолюбив и авторитетен изследовател. Те са публикувани не само в престижни издания у нас, като Годишника на СУ- ФКНФ и сп. „Сравнително езикознание”, но намират **широко международно признание** и в научни списания и сборници в Германия / Мюнхен, Дрезден и Хамбург/, Испания /Севиля/, Унгария /Будапеща/, Чехия / Острава/, Полша / Вроцлав/, Португалия / Брага/, Естония / Талин/, Австрия / Виена/, Финландия / Кувула/, Русия / Санкт Петербург/ и САЩ/ Вашингтон/.

**Трите учебни помагала** на доц. д-р Детелина Мец са сериозно доказателство не само за високата езикова култура и специалните ѝ

познания в областта на стилистиката, текстологията и фонетиката, но така също за нейния верен усет и нюх към актуалните нужди на немскоговорящите специалисти, студенти и ученици у нас. И „Представките в немския език” (2006) ,и третото преработено издание на „Рекцията в немския език”(2012) притежават **много висока степен на приложимост в практиката**. Най-новото ѝ учебно помагало „Англицизмите в немския език”(2016, под печат) , включващо стотици примери , селектирани от пресата в Германия, Австрия и Швейцария, също със сигурност веднага ще намери многобройни читатели, които имат желание да са в крак с най-новите промени в немския език при придобилата широка популярност употреба на англицизми в ежедневието на немскоговоряща Европа.

**Експертната дейност** на доц. Мец включва участие в изработването на новия Закон за средното и висшето образование, в Издателския съвет на УХК „Алма матер” и ръководство на Съвета по реклама на ФКНФ на СУ .Тя е била научен ръководител на 25 магистърски тези, автор на становище за академичната длъжност „доцент” , автор на рецензии и становища на 4 кандидати за образователната и научна степен „ доктор ” , рецензент на учебници по немски език на издателство „Просвета” за пети и шести клас и на две статии в специализираното списание ”Studia Germanica.Aussieger Beitrage” ( 2013 , 2015 г. )

Имам дългогодишни лични впечатления от много добрата **учебно-методическа подготовка , преподавателската компетентност и педагогическите умения** на доц. д-р Детелина Мец от времето на съвместната ни преподавателска дейност в ZEDES-Germanicum от 2002 до 2010 година .В този магистърски курс –плод на сътрудничеството между Софийския университет и Техническия университет в Дрезден - тя беше сред преподавателите, чиито лекции се посрещаха с голям интерес , защото даваха конкретни полезни познания на студентите , завършили най-разнообразни специалности, но обединени от интереса си към проблемите на германистиката и европеистиката.

Висока оценка заслужават и грижите на доц. Мец за развитието и израстването на **младите научни кадри** в лицето на нейните докторанти. Двама от тях- Пламен Цветков и Ресена Шутева участваха със свои научни доклади в международните научни конференции на катедрата на ЮНЕСКО „Комуникация и връзки с обществеността”, а така също и в уъркшопа на проф. д-р Роланд Буркарт от Виенския университет в рамките на програмата „Еразъм”

във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ. Доц. Мец беше редом със своите докторанти, деликатно подкрепяше техните изяви и правеше след това анализ на представянето им едновременно критично и доброжелателно.

По същия начин бих отправила към доц. Мец следните **критични бележки** :

1. На с. 11 в монографията си доц. Мец пише, че „изследователските методи, използвани в предприетото изследване, отговарят на емпиричния характер на работата”. Позволявам си да не се съглася с определението „емпиричен характер на работата”, защото текстът на монографията обединява както анализа на обработения емпиричен материал, така също и на проблеми от теорията на редица научни области.

2. Според мен коментиранията в глава 4.2. модели на комуникацията /с. 135-151/ биха дали по-ясна представа за развитието на комуникационния процес и взаимоотношенията между неговите участници, ако бъдат представени хронологично, а не диахронично.

3. В една бъдеща публикация на монографията бих предложила библиографията да бъде организирана в раздели: документи; монографии и книги; статии в научни списания и интернет източници. По този начин тя ще бъде по-прегледна и по-удобна за справки и ползване от страна на бъдещите читатели.

Всички научни и научно-приложни приноси и изследователски качества, изложени досега, ми дават основание да дам висока оценка на постиженията на доц. д-р Детелина Мец като преподавател, изследовател и педагог и убедено да предложа на уважаемото Научно жури напълно заслужено да подкрепи избирането ѝ на академичната длъжност „професор” в катедрата „Германистика и скандинавистика” на Софийския университет „Св. Кл. Охридски”.

София, 11 март 2016 г.

Рецензент :

Проф. д-р Минка Златева