

СТАНОВИЩЕ

по конкурса за заемане на академичната длъжност *професор* в направление **2.1. Филология**

(Съвременно немско езикознание – фонетика/фонология, стилистика и текстлингвистика), обявен в ДВ бр. 88 от 13.11.2015 г.

Автор на становището: проф. дфн Юлияна Стоянова

Доц. д-р Детелина Маринова Мец е единствен кандидат в обявения конкурс за професор по научната специалност **2.1. Филология (Съвременно немско езикознание – фонетика/фонология, стилистика и текстлингвистика)** за нуждите на Катедрата по немски език във ФКНФ, СУ „Св. Климент Охридски“.

Научната и преподавателската активност на доц. д-р Детелина Мец като специалист в областта на германистиката е свързана с тази катедра от 80-те години на миналия век: тя постъпва в нея най-напред като редовна докторантка (1986–1988 г.), а след 1989 – като преподавателка. Успешната защита на дисертация на тема „Синтагматичният акцент в немския и българския език в контрастивен план“ (1990) и хабилитирането ѝ през 2004 г. с изследване върху езика на медиите („Новинарският език в принт- и електронните медии“) ѝ дават възможност да води лекционни курсове в областта на фонетиката и фонологията, стилистика и текстоллингвистиката в бакалавърските, магистърските и преквалификационните програми на ФКНФ.

От 1995 г. доц. д-р Мец ръководи програмата за преквалификация на учители по немски език.

Преподавателската дейност на доц. д-р Детелина Мец прекрочва границите на Софийския университет и включва лекционни курсове както в България (от 1995 до 2000 г. в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“; през 2009 г. в издателство „Просвета“), така и в няколко чуждестранни университета – Потсдам (2004), Люксембург (2006), Брага, Португалия (2006), Ювешкюле, Финландия (2007), Хилдесхайм (2007), Кьолн (2015). Тематичният кръг на лекциите ѝ извън България обхваща рекламата, езика на печатните и електронните медии и политическия език.

Заслугите на доц. д-р Мец за развитието на германистиката във ФКНФ са в няколко насоки: първо, в грижа за образователното и научното развитие на студентите, като ръководи значителен брой магистърски тези (25), организира три уъркшопа за студенти от специалностите *Германистика*, *Англицистика* и *Европейски съюз и европейска интеграция* (съответно в 2012, 2013, 2014 г.) и първото лятно училище за немски и български студенти в Кьолн (2015 г.); второ, в участието ѝ като експерт в Комисията за изработване на новия закон за средното и висшето образование; като експерт в Издателския съвет към УКХ „Алма Матер“ и като ръководител на Съвета за реклама на ФКНФ; трето, в дейността ѝ като отговорник за

програмата ЕРАЗЪМ към Катедрата по германистика и скандинавистика, както и за партньорствата на Катедрата с университетите в Хилдесхайм, Лайпциг и Кьолн.

Доц. д-р Мец също така е ръководителка на трима докторанти, един от които успешно е защитил докторската си теза през 2015 г.

Израз на авторитета на доц. д-р Мец като учен, преподавател и организатор е участието ѝ в множество проекти: от 2007 г. досега тя е ръководила 7 проекта (4 в рамките на НИД на СУ, 3 по фонд „Научни изследвания“) и е участвала в други 6 проекта – 3 от тях национални, с външно финансиране, свързани с развитието на човешките ресурси. Повечето от тези проекти, включително финансираните на университетско равнище, имат теоретико-методологическа, но и приложна насоченост, като резултатите от тях са важни и актуални в университетски и общонационален план: изследване на дискурсите компетентности на студентите при създаване на текстове на чужд и роден език, въвеждане на електронно и дистанционно обучение по чужди езици, въвеждане на електронно базирани системи за оценяване и проследяване на обучението по чужди езици във ФКНФ, развитие на системата за квалификация и кариерно израстване на младите преподаватели и т.н. Проектите, които имат за цел изследването на политическата реклама и межкултурната комуникация в контекста на глобализацията, проучването на езиковите заемки в немските електронни медии и на дискурсите компетентности при междуезиков трансфер имат пряко отношение и към научните интереси на кандидатката. Освен това за периода от 2001 до 2016 г. Детелина Мец е участвала, съвместно с изтъкнати учени от университетите в Кьолн, Лайпциг и Хилдесхайм, в 18 разработки на научни и научно-приложни теми, свързани с проучването на изразните средства на печатните и електронните медии в нашите две страни, с межкултурната и медийната комуникация в Европа, с езиковата компетенция при продукцията и перцепцията на текстове на немски и български език от носители на двата езика и т.н.

Доц. д-р Мец членува в няколко национални и международни организации GeSuS (Дружество за език и езици), GfdS (Дружество за немски език), BGV (Съюз на германистите в България), BULCOLOR (група „Цвят“ – България), BDV (Съюз на учителите по немски език в България), а от 2010 г. е регионален координатор на Verein Deutsche Sprache.

В конкурса за професор доц. д-р Детелина Мец кандидатства с 28 публикации: монографията *Der Zeitzeuge Werbung. Transdisziplinäre Zugänge*. Sofia, POLIS, 2016, 327 с., която има качествата на хабилитационен труд. Освен тях авторката е представила като публикации по конкурса 24 статии (четири от които приети за печат, с приложени служебни бележки от издателите) и три учебни пособия, подпомагащи обучението по немски език като чужд в различните образователни степени (едното от тях под печат с приложен документ от издателството). Научната ѝ продукция включва няколко тематични области, съвпадащи с научните специалности, посочени в конкурса за професор: текстлингвистика, стилистика и фонетика/фонология. В областта „Други“ авторката е включила научно-методически

изследвания: креативно писане по немски език от обучаеми на различна възраст и проблеми, свързани с въвеждането на електронното обучение и сертифициране по чужд език в Софийския университет. Като отделна област са посочени учебните пособия, подпомагащи овладяването на немската граматика (морфосинтаксис) и на англицизмите в немския език.

Повечето от статиите и студиите са публикувани в периодични издания и сборници, (много от тях реферирани, включително и българското списание „Съпоставително езикознание“), отпечатани в престижни германски, австрийски, полски, естонски, български и др. издателства.

В справката за публикационната и цитатната активност на авторката са открити 47 библиографски цитирания и 9 индексирани публикации, което е знак, че създадените от доц. д-р Мец научни текстове се посрещат с интерес и са оказали влияние върху развитието на изследваните от нея научни области.

Тъй като повечето от изследванията, публикувани като отделни статии или студии, са отразени пряко или косвено в монографията *Der Zeitzeuge Werbung. Transdisziplinäre Zugänge*, ще се спра преди всичко на нея. Първото впечатление от прочита на книгата е пълното и всестранно представяне на рекламата като „свидетел на времето“ от зората на появата ѝ до днес. Не би било пресилено да се каже, че това е енциклопедия на рекламата с акцент върху телевизионната реклама. Научният подход към анализите и обсъждането на богатия емпиричен материал е подходящо избран като интердисциплинарен, базиран върху теоретичните рамки на текстлингвистиката, семиотиката, невролингвистиката и стилистиката, както и на такива нови направления, като политоллингвистиката и рекламната лингвистика. Всички те са обединени от ключовото понятие за комуникация. То позволява текстът да се предефинира по нов начин, за да отговори на бурното развитие на новите технологии през последните десетилетия, така че да включи и невербални семиотични компоненти. Доц. д-р Мец описва и анализира текста като отворена структура, която се конструира от комбинацията на елементи от целия знаков репертоар, може да се реализира аудитивно, визуално или аудиовизуално, а кохерентността се детерминира не само и не толкова вербално, колкото комуникативно. Опирайки се върху това интерактивно разбиране за текста, авторката привлича корпус от текстове под формата на записи на рекламни телевизионни клипове (от предаванията на RTL I и RTL II), като установява и обосновава важни тенденции в тях, базирани върху потребностите на новия „сканиращ“ читател: съкращаване на слогана, свързване на информацията за продукти и услуги с емоционални преживявания, търсене на естетически ефект, на развлекателни елементи и т.н. В монографията са представени още няколко експериментални изследвания: първата група експерименти изследват ролята на имплицитното възприятие в политическа реклама, като за планирането и провеждането на експериментите са използвани най-новите постижения на невропсихологията за нуждите на невромаркетинга. Друга група експерименти проучват асоциациите на изследвани лица, носители съответно на немски и на български език като

роден, между определени цветове и фонемите в немската вокална система (представени в звукова и графична форма), както и между зададени цветове и типове рекламни продукти. Третата група експерименти изследват ролята на цветовете в комерсиалната и политическата реклама. След анализите на резултатите авторката стига до заключението, че глобализацията е превърнала Европа в донякъде хомогенно културно общество, в което цветът може да се разглежда като глобален културен феномен. Въз основа на сходствата в асоциациите между немските и българските участници в експериментите доц. д-р Мец приема за доказана тезата за универсалния звуков символизъм и общовалидността на феномена цвят, като в комерсиалната и политическата реклама цветът може да носи информация и без подкрепата на вербално послание. Резултатите от проведените експерименти биха били по-убедителни, ако бяха представени не само като процентни стойности, а бяха потърсени статистически взаимодействия например чрез критерия на Стюдънт.

Бих желала да отбележа и няколко публикации, които поставят различни акценти върху основната проблематика, разработвана от доц. д-р Мец.

На първо място това са статиите, посветени на текстолингвистични характеристики на печатните медии: „Der Dornröschenschlaf der Luxemburger Presse“, „Vom Text zum Texdesign oder wie sich Stern zum stern.de entwickelt hat“ и „Encountering the Other: Die Image of Germany and England in the New Media in Bulgaria – New Strategies of Development in the Print Media“ (в съавторство с Мадлен Данова). Като изтъква спецификата на анализирания печатни медии във връзка със социокултурните характеристики на адресантите и адресатите, ситуирани в конкретния хронотоп на медийната комуникация (съответно в Люксембург, Германия и България преди и след приемането ѝ за член на ЕС), авторката, въз основа на привлечените за анализ медийни текстове, отново подчертава „отварянето“ на текста към различни семиотични системи, поставяйки акцент върху реструктурирането му при преминаването към неизбежните за постмодерната епоха онлайн издания, превръщането на печатния медиен текст в хипертекст и отчитането на възможностите за непосредствена връзка между информация и комуникация в процеса на интеракция с адресатите.

Интересен аспект в изследванията на стилистичните характеристики на алитерациите задава статията „Klangstrukturen und inhaltliche Aussage im Gedicht *Das Gewitter* von Georg Trakl“ (в съавторство с Пламен Цветков), където е проследена връзката между поетическата експресия и (статистически изследваните) графични и фоностилистични изразни средства на анализирания поетическа творба.

Важен дял в научната продукция на доц. д-р Мец заемат публикациите, свързани с дидактиката на обучението по немски език (в списъка под № 5.1-5.3), които, наред с трите учебни пособия, отразяват грижата на авторката за учебния процес, провеждан както в Софийския университет, така и извън него.

Обобщавайки казаното, бих желала да изтъкна достойнствата на доц. д-р Детелина Маринова Мец като преподавател с дългогодишен опит, изследовател с широк профил на интереси и интердисциплинарен подход към разработваната проблематика, ръководител на магистърски и докторски тези, организатор, участник в проекти. Смятам, че кандидатката отговаря на всички законови изисквания за заемане на длъжността „професор“.

На това основание бих желала да предложа избирането доц. д-р Детелина Мец на академичната длъжност „професор“ по научната специалност **2.1. Филология** (Съвременно немско езикознание – фонетика/фонология, стилистика и текстлингвистика).

19.03.2016


/Проф. д-р Юлияна Стоянова/