

## СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Димитър Димитров Попов,  
Катедра по български език,  
Факултет по хуманитарни науки,  
Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“

за научните трудове на доц. д-р Детелина Маринова Мец, представени за участието ѝ в конкурса за академичната длъжност „професор“ в Област на висшето образование

2. Хуманитарни науки, Професионално направление 2.1. Филология (съвременно немско езикознание – фонетика / фонология, стилистика и текстолингвистика)

във Факултета по класически и нови филологии на

Софийския университет „Св. Климент Охридски“,

обявен в ДВ 88/13.11.2015 година

Доц. д-р Детелина Маринова Мец е преподавател и учен с богата творческа биография. Тя е дългогодишен заслужил и авторитетен преподавател, добреизвестен в Университета с отлични резултати в учебната работа, с важни приноси в немското езикознание и с голям практически опит. Има значителни заслуги за утвърждаването и развитието на съвременната Германистика в Университета и за издигане качеството на филологическото образование в него. Професионалните ѝ интереси в научната сфера са насочени предимно към лингвистиката и по-точно - текстолингвистиката, стилистиката, фонетиката / фонологията (с акцент върху медийния език в рекламата), като на преден план изпъкват контрастивните изследвания върху немски и български език, семиотиката на мултимедийния знаков комплекс и теорията на комуникацията.

Завършва висшето си образование по *Немска филология* във ВТУ „Кирил и Методий“ - Велико Търново, след което отначало работи като учител по немски език в Гимназията с чуждоезиково обучение в гр. Русе с покрити два преквалификационни класа за преподаване на немски, след това е докторантка към катедра „Германистика и скандинавистика“ в СУ „Св. Климент Охридски“ и впоследствие - отначало като преподавател по немски език в Института по чужди езици към Министерството на външноикономическите отношения, а след това – като преподавател към катедра

„Германистика и скандинавистика” в СУ „Св. Климент Охридски”, доктор по филология (1990), доцент по съвременен немски език (2004). Автор е на голям брой публикации, от които за конкурса са представени общо 28, от тях - 1 монография, 3 учебни помагала, 5 статии в специализирана научна периодика и 19 статии в сборници (13 в страната и 15 в чужбина). Автор е на 3 становища и 2 рецензии за целите на научното израстване на академичния състав в катедрата, в която работи, както и на 2 рецензии на учебници по немски в България, а също и на 2 рецензии в немски научни списания. Член е на GeSuS / дружество за език и езици/, на GfdS / дружество за немски език/, на Съюза на Германистите в България BGV, на Група цвят „BULCOLOR“ – България, на Съюза на учителите по немски език в България BDV и е регионален координатор за България на Verein Deutsche Sprache. Владее немски, руски и английски.

Дългогодишната преподавателска работа на доц. Детелина Мец включва не само разработката и изнасянето на лекционни курсове както за студенти бакалаври по Фонетика / Фонология, Текстоллингвистика, Стилистика на съвременния немски език и Увод в немското езикознание, така и за магистри по Стилистика на видовете текст, Език и медии и Телевизионна реклама в СУ „Св. Климент Охридски”, но също така и цикли лекционни курсове в чуждестранни университети - Медийният език и принт-медии в Потсдам, Особености на медийния език в Люксембург, Рекламата в печатните медии в Брага (Португалия), България след членството в Европейския съюз в Хилдесхайм, Медийният език в електронните медии в Ювешкюле (Финландия) и Политическата реклама в Кьолн.

В качеството си на добър организатор с иноваторски талант и с гъвкаво екипно и експертно поведение доц. д-р Детелина Мец е взела участие в следните по-важни академични дейности: отговорник за програма ЕРАЗЪМ към катедра „Германистика и скандинавистика”, научен ръководител на програмата за преквалификация на учители по немски език (от 1995г.), експерт в Комисията по изработване на новия закон за средното и висшето образование, експерт в Издателския съвет към УКХ „Алма Матер“, ръководител на Съвета по реклама на ФКНФ, научен ръководител на трима докторанти (един успешно защитил през 2015г.), научен ръководител на 25 магистърски тези, организатор на три уъркшопа за студенти от специалностите Германистика, Англистика и Европейски съюз и европейска интеграция (2012г., 2013г., 2014г.), организатор и лектор на първото лятно училище за немски и български студенти в гр. Кьолн, Германия (2015г.).

За участие в конкурса доц. Д. Мец е представила за рецензиране и оценка достатъчен брой трудове: монография, статии по темата на конкурса и учебни помагала за периода след първата си хабилизация (2006 – 2016 година), като предлага на научната общност ценни приноси и аргументирани теоретични обобщения. Публикациите са разпределени в 6 области [1). текстоллингвистика, стилистика, фонетика / фонология;



2). текстолингвистика, стилистика; 3). текстолингвистика; 4). Фонетика / фонология; 5). други и 6). учебници и помагала], независимо от факта, че разделението не би могло да бъде особено прецизно, тъй като почти във всяка от тях отделните сфери се преплитат и някъде е много трудно да бъде извършено подобно разделение. В точка 5). са изброени публикации засягащи области, намиращи се извън заявените в конкурса, но те показват стремежа и интересите на Д. Мец да изследва и други теми.

Ако се степенуват наукометрично интегрираните области, в които доц. Д. Мец разгръща изследователската си дейност, става ясно, че основно и централно място в тях заемат изследванията ѝ по проблемите на медийния рекламен текст, интерпретиран цялостно и в множествена перспектива. Такъв подход за многоаспектност в изследването е положителен аргумент за участие в обявения конкурс за професор.

В монографията си „ *Der Zeitzeuge Werbung. Transdisziplinäre Zugänge*“ доц. Д. Мец разглежда рекламният текст като пресечна точка на езици и култури и прилага трансдисциплинарната методология като интегративен подход за изследване на проблематиката – т. е. от позициите на текстолингвистиката, рекламната лингвистика, политолингвистиката, невролингвистиката и науката за комуникацията. Това предопределя и многомерността на изследователския дизайн в монографията, където рекламата е описана като огледално отражение на бурното развитие на новите технологии, респективно на икономическата ситуация и на глобалните промени, настъпващи в действията и мислите на хората като последствие. Нещо повече – основният приносен момент се състои в това, че авторката, разглеждайки видовете рекламни текстове (слоган, текст-ядро и писани текстове), въвежда и откроява един нов вид текст – текстът-ядро, който разглежда като опорна точка за цялото рекламно послание (85-92 стр.). Особено внимание се обръща и на слогана като носител на креативната идея на целия телевизионен спот (78 стр.). В разгърнат формат всичко това е апробирано чрез 8 хипотези, които са експериментално потвърдени и аргументирано подкрепени от богат емпиричен материал (общо 297 немски и български изследвани лица в периода до 2010 г., между 2010 и 2013 г., а също за периода 2013-2015 г.). В монографията са маркирани новите модерни тенденции в изследването и развитието на рекламата, които преминават отвъд границите на отделните дисциплини. Комуникативният модел, представен нагледно от авторката на монографията с конкретни примери от корпуса на изследването, свидетелства за

емоционалния стил на рекламното послание и предназначението му - целенасочено да подчертава определена информация. Не би могло да не се споменат и личните приноси на авторката за цветовите асоциации, за звуковия символизъм, за цветовите асоциации в комерсиалната и в политическата реклама, за експериментите, свързани с цветовите обозначения, за невромаркетинга и пр.

В статиите, обобщени тематично като 2), 3) и 4), от шестте интегрирани изследователски области на доц. Д. Мец, се обсъждат детайлно и се потвърждават експериментално отделни частни въпроси и аспекти, свързани с основния концепт на изследователското внимание – рекламният текст, като напр. неговият семиотичен аспект, разликите между рекламния и разговорния език, визуалният текст в телевизионния спот, понятието мулти-текст, релацията реклама – комуникация, цветовите асоциации и звуковата картина на немските гласни.

В трите учебни помагала са изложени съответно концепциите на авторката за трудностите с префиксацията при изучаването на немски език, описани в книгата „Представките в немския език“; за съгласуването в немския, представено в „Рекцията в немския език“ и за англицизмите и опитите за преодоляване на тяхната употреба в книгата „Англицизмите в немския език“.

В цялостната си изследователска дейност доц. Д. Мец. се е утвърдила като задълбочен учен, прилагаш съвременна методология и интердисциплинарен подход при изследване на езиковите явления, за което свидетелства научната ѝ продукция като цяло.

Въз основа на гореизложената обобщена информация препоръчвам на научното жури да присъди академичната длъжност „професор“ на доц. д-р Детелина Маринова Мец по професионалното направление 2.1. Филология (съвременно немско езикознание – фонетика / фонология, стилистика и текстолингвистика).

16. 03. 2016 г.

Шумен

Член на жури:



доц. д-р Димитър Попов