



**ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ „ПАИСИЙ ХИЛЕНДАРСКИ“**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ**

**КАТЕДРА ПО РОМАНИСТИКА И ГЕРМАНИСТИКА**

**АНОТАЦИИ НА МАТЕРИАЛИТЕ ПО ЧЛ. 65 ОТ ПРАСПУ  
И САМООЦЕНКА НА ПРИНОСИТЕ**

**на гл. ас. д-р Веселка Ангелова Ненкова**

за участие в конкурс за „доцент“, обявен в ДВ 94/25.11.2016 г.  
към Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“  
област на висше образование: 2. Хуманитарни науки  
професионално направление: 2.1. Филология (Испански език – лексикология на  
съвременния испански език)

Пловдив  
януари 2017

## **I. СЪОТВЕТСТВИЕ С УСЛОВИЯТА ЗА ЗАЕМАНЕ НА АКАДЕМИЧНАТА ДЛЪЖНОСТ „ДОЦЕНТ“ – ЧЛ. 65 ОТ ПРАСПУ**

Завършила съм бакалавърска степен в СУ „Св. Климент Охридски“ през 2002 г. и магистърски степени през 2004 и 2008 в Университета на Валядолид (Испания). Защитила съм дисертационен труд на тема *Fraseología contrastiva español-búlgaro: problemas de traducción* в Университета на Валядолид (Испания) през 2008 г.

Под ръководството на проф. д-р Жан-Клод Анскомбр извърших шестмесечна научноизследователска дейност в Университета Париж-ХIII за придобиване на диплома *Doctor Europæus* (Приложения 15.1. и 15.8). През 2010 година докторската ми степен беше утвърдена в България от ВАК и ми беше присъдена образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност 05.04.11. – Общо и сравнително езиковедие (Приложение 4.1.).

През 2009 г. година започнах работа като хоноруван преподавател по испанска литература в ПУ „Паисий Хилендарски“. През 2010 г. бях назначена като асистент, а през 2012 г. след успешно издържан конкурс, като главен асистент към Катедрата по романистика и германистика в същия университет.

Разработила съм 7 лекционни курса в пет бакалавърски, три магистърски програми и една следдипломна квалификация (*Документи за учебна работа*).

Изнасяла съм лекции в Университета на Валядолид и Великотърновския университет „Св. Св. Кирил и Методий“ (*Документи съобразно специфичните изисквания на ФФ, Приложение 14.2.*).

Автор съм на две монографии, един учебник и съм съавтор на едно учебно помагало. Общият брой на публикациите ми е 28 (без статиите под печат), от които за участие в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ представям пакет от една монография и 15 статии.

Участвала съм в общо 25 научни конгреси, конференции и кръгли маси, проведени в Испания, България, Мексико, Сърбия, Румъния, Унгария, Украйна, Куба, Франция и Италия (*Документи съобразно специфичните изисквания на ФФ, Приложение 14.1.*).

През 2013 г. съвместно с Незабравка Ненкова бяхме удостоени с първа награда за най-добре представен доклад на Международната конференция на младите учени - Пловдив, 13-16.06.2013 (*Приложение 14. 3.*).

Работите ми са цитирани в специализирани и реферирани научни издания в Испания, Германия, Румъния и България (*Приложения 7.1. и 7.2.*).

Била съм ръководител на 10 дипломни работи в бакалавърски и магистърски програми и съм рецензираща 8. Бях научен ръководител на испански студенти-стажанти по програмата FARO (Испания), които проведеха своите 5 месечни практики във ФФ на ПУ „Паисий Хилендарски“ през периода 2011-2012 и 2012-2013 г.

Участвала съм в два научноизследователски проекта (*Документи за научноизследователска работа*).

Бях научен секретар на Научните трудове на Пловдивския университет през 2013 г. и бях член на организационния комитет на Юбилейната международна научна конференция 250 години „История славянобългарска“, в рамките на *Паисиевите четения*, 2-3 ноември 2012 г.

Член съм на съюза на учените в България и на международното дружество „Приятелите на Казандзакис“.

Участвала съм в организиране на семинари, чествания, срещи и представяне на литературни произведения.

## **II. РЕЗЮМЕ НА НАУЧНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ И САМООЦЕНКА НА ПРИНОСИТЕ**

Публикациите, които предоставям за участие в конкурса, отразяват специфичните ми интереси в областта на фразеологията, превода и рекламата. Предмет на настоящата анотация са избрани изследвания, издадени след защитата на дисертационния ми труд през 2008 г.

Резюмираните научни трудове са представени според хронологията на публикуването им.

## Монография:

1. *La manipulación creativa de las unidades fraseológicas en el lenguaje literario, periodístico y publicitario*, Plovdiv: Editorial Universitaria "Paisiy Hilendarski", 2016, ISBN 978-619-202-113-9.

В настоящия (предложен за хабилитационен) труд, следвайки широкото схващане за фразеологията, предлагаме подробен анализ на структурните и контекстуалните промени във фразеологичните единици, които преднамерено се извършват в тях. Интересът към настоящата тема е породен от факта, че все още не съществува изследване, посветено изцяло на този безспорно интересен феномен, какъвто е модифицирането на фразеологизмите. Има проучвания в тази област, но те са по-скоро спорадични и са насочени основно към разглеждането на отделни теоретични постановки или изследването на модификациите в отделни литературни творби, или като част от общата фразеологична теория, но не и като предмет на цялостен научен анализ.

Основна цел на изследването е да се определят механизмите, чрез които се променят фразеологичните единици в литературния, журналистическия и рекламния език, както и да се посочат търсените от авторите дискурсивни ефекти. Анализът се базира на принципите на съвременната фразеология, позовавайки се на вече станали класически автори - Руис Гурийо (1995), Самора Муньос (1999), Сулуага (2001), Корпас Пастор и Мена Мартинес (2003), Гарсия-Пахе Санчес (2008), Доброволский (2009), Наваро (2012), Пенадес Мартинес (2014).

Чрез множество примери, екцерпирани от съвременни литературни, журналистически и рекламни текстове, определяме ефективността и потенциала, който притежават модифицираните фразеологични единици за постигането на определени комуникативни цели.

Корпусът се състои от 204 примера, изведени от 37 романа, два сборника с журналистически статии, както и от различни вестници, списания, телевизионни и радио предавания на испански, български и сръбски език. Всички тези примери ни послужиха за структурирането на разнообразните техники и видове фразеологични трансформации. В

анализа разглеждаме не само формалните и неформални промени, които настъпват в структурата на фразеологизмите, но и стилистическите и прагматични функции, които те изпълняват в речта. За целта, в първа глава, разглеждаме теоретично въпроса за фразеологичните промени, а във втора глава предлагаме типология на разнообразните подходи и техники за модифициране на фразеологизмите.

Анализирането на примерите от корпуса е разделено в три основни блока: първият обхваща всички вътрешно структурни промени; вторият разглежда т. н. външно контекстуални изменения и третият анализира всички онези примери за смесени модификации, които се забелязват в структурата на само един фразеологизъм. Всеки един от тези три блока съдържа съответните подразделения, които проследяват подробно различните манипулационни механизми, които писателите, журналистите и специалистите по изготвяне на рекламни текстове използват. Теоретично структурирани техниките на креативното манипулиране ни позволяват в трета глава да проследим и кои от тях са най-често използвани за промяна на фразеологизмите в рекламния език.

Резултатите от анализите, в съответствие с целта и задачите на научния труд, се свеждат до следните основни изводи:

– Фразеологичните модификации представляват преднамерено извършена промяна в структурата на устойчивите изрази или в използването им в необичаен за тях контекст. Всяка една промяна в лексикален, морфологичен, синтактичен или контекстуален план водят до т.н. креативна манипулация, която не обхваща обаче грешките, които се допускат вследствие на непознаването на фразеологизмите (в изследването сме посочили и такива примери).

– Чрез креативната манипулация се търси привличане на вниманието на читателите, зрителите и слушателите и се цели постигане на забавен ефект.

– Креативните модификации не биха могли да бъдат забелязани и не биха предизвикали очаквания ефект, ако читателят, зрителят или слушателят не е усвоил добре фразеологичните единици в даден език.

– Креативните манипулации се постигат чрез изменение на устойчивостта на елементите в структурата на фразеологизмите или чрез използването им в нетипичен за тях контекст, както и чрез литерализиране на лексикалните им компоненти.

– Най-използваните техники за манипулиране на фразеологичните единици са: замяна на един лексикален елемент с друг; добавяне на един или няколко компонента във фразеологичната структура; морфологични и синтактични промени. Доказателство за това са големият брой примери, които сме посочили в съответните подразделения във втора глава.

– Семантично-контекстуалните модификации, които не водят до формално изменение в структурата на фразеологизма, не биха могли да бъдат определени като такива извън определения контекст, в който са използвани.

– Чрез модифицираните изрази авторите често придават подчертано ироничен или саркастичен оттенък на дискурса.

– Широко разпространеното мнение, че използването в речта на съкратените форми на фразеологизмите, в частност на паремиите, би трябвало да се определи като манипулиране чрез отнемане на елементи от структурата на устойчивите словосъчетания, беше отхвърлено от нас в настоящото изследване, тъй като семантичната цялост на фразеологизма не се нарушава и те продължават да се възприемат като една синтактична единица, различна от другите свободни единици в речта. Този вид съкращаване на структурата на фразеологизмите би трябвало да се възприеме като следствие от „икономията в езика“, която се забелязва на всички езикови равнища и не е присъща само за фразеологията.

– Паремиите, които претърпяват структурни промени чрез алюзия не би трябвало да бъдат представяни като съкратени паремии, тъй като алюзията се базира на перифраза, в която се запазва само един или няколко елемента от оригиналната фраза, които са достатъчни за да може читателят, зрителят или слушателят да реконструира в съзнанието си оригиналната паремия, докато съкратените паремии не претърпяват изменение в компонентите на остатъчната структура.

– Модифицираните фразеологизми в рекламните послания не изпълняват само информативна функция, а влияят емоционално върху потенциалните потребители. В рекламата променените фразеологизми представляват истински магнит за привличане на вниманието на консуматорите и от това много успешно се възползват специалистите по създаване на рекламни текстове.

– Рекламните текстове трябва да са кратки и изчерпателни, затова и модифицираните фразеологизми се използват често като слогани в рекламните послания.

– Креативно модифицираните фразеологизми обогатяват речта и привличат вниманието на адресата. Те са изразни средства и похват за повишаване на експресивно-емоционалния заряд на текстовете.

Богатият материал, анализите и идеите, изложени в настоящия труд, биха могли да послужат като отправна точка за по-нататъшни изследвания по тази толкова интересна и обширна тема, както и да бъдат използвани за дидактични материали в по-високите нива на чуждоезиковото обучение.

### **Статии:**

1. “Alternancia e fixación do diminutivo nas unidades fraseolóxicas”, *Cadernos de Fraseoloxía Galega*, № 10, Santiago de Compostela, 2008, 15-34, (в съавторство с Карлос Гонсалес-Еспресати).

Статията е публикувана на галисийски език в специализираното в областта на фразеологията реферирано научно списание *Cadernos de Fraseoloxía Galega*. Направен е теоретичен обзор на умалителните и ролята им в речта. Отбелязани са случаи на използването им във фразеологичните единици и се посочват ефектите, които се целят чрез тяхната употреба. В статията са разгледани многобройни примери, чрез които се доказва, че умалителните съществителни не променят смисъла на фразеологизма; чрез тях се целят разнообразни стилистични ефекти.

Доказателство за проявения интерес към темата са позоваванията на тази статия в международните специализирани и реферирани издания за фразеология и паремиология (*Приложение 7.1.*).

2. “Equivalencias en la traducción de las unidades fraseológicas”, *Юбилейни Паисиеви четения*, Пловдив: Университетско издателство „Паисий Хилендарски“, том 49, кн. 1. Сб.Б, 2011, 302-314.

[http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/2011\\_II.pdf/69a52566-74d2-41c9-8b0e-bca42fe9fa16](http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/2011_II.pdf/69a52566-74d2-41c9-8b0e-bca42fe9fa16)

В статията, написана на испански език, се посочват различните фразеологични съответствия, които преводачите са използвали в публикуваните преводи на художествена литература от испански на български език и от български на испански език. Отбелязани са както пълните и частични съответствия, така и липсата на фразеологични аналози. Обърнато е и внимание на привидните съответствия между двете фразеологични системи: испанската и българската и е отделено специално място на грешките при превода на фразеологични единици.

3. „Преводът на деавтоматизирани фразеологични единици”, *Теория и практика на превода. Théorie et pratique de la traduction*. Сборник в памет на Даниела Петрова, Велико Търново: Фабер, 2012, 181-189.

Обект на статията са променените фразеологични единици, наречени от Алберто Сулуага деавтоматизирани фразеологизми. Въз основа на примери, изведени от съвременни испански и български романи, предлагаме едно съпоставително изследване на деавтоматизирани фразеологични изрази и съответния им превод, с цел да проследим и анализираме как се запазват в езика-цел текстовите значения на претърпелите промени в оригиналния текст фразеологизми.

Чрез разгледаните примери се наложи изводът, че когато деавтоматизираните фразеологизми са разпознати като такива в текста, преводачите предпочитат да ги преведат чрез фразеологични еквиваленти, чийто променен смисъл най-често се предава посредством добавяне на лексеми или свободни изрази. В много редки случаи се забелязва деавтоматизиране на фразеологичната единица в езика-цел, факт, който се дължи най-вече на особеностите на самия език, на който се превежда. Когато липсват еквиваленти, или те не притежават същите характеристики както в оригиналния текст, се предпочита замяната им със свободни изрази или калкиране. Интерпретирането на един текст, както и на отделните елементи в него, е въпрос на субективен подход. Преводачът е този, който решава до каква степен би следвало да се пресъздаде деавтоматизираният



фразеологичен израз и по какъв начин той трябва да бъде преведен. Решението зависи преди всичко от езиковите и стилистични особености на фразеологичните еквиваленти в езика-цел, които невинаги могат да се препокрият напълно с всички характеристики, които притежават деавтоматизираните фразеологични единици от оригиналния текст.

4. „Notas para una revisión de la noción de colocación y locución en la fraseología“, *Научни трудове, Езикознание*, том 50, кн. 1, СБ. В. Пловдив: Университетско издателство „Паисий Хилендарски“, 2012, 327-345.

<[http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/2012\\_III.pdf/89e06958-afa3-402f-8d19-2c073a3bb0e9](http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/2012_III.pdf/89e06958-afa3-402f-8d19-2c073a3bb0e9)>

Написаната на испански език статия разглежда въпроса за видовете фразеологични единици и теоретичните постановки за тяхното формално разделение. Представят се различни мнения на водещи лингвисти в сферата на испанската фразеология и се посочват примери, които поставят под съмнение категоричността на възприетите теории.

5. “La desautomatización de las unidades fraseológicas” en Vucheva *et al.* (eds.) *El español: territorio de encuentros*, Actas del Congreso con motivo del 50 años de Filología Española en la Universidad de Sofía ”San Clemente de Ojrid”, Sofía: Editorial Universitaria “San Clemente de Ojrid”, 2012, 85-93.

Статията е написана на испански език и представлява опит за определянето на различните видове промени, извършени в структурата на фразеологичните единици, както и на използването им в нетипичен контекст, което води до т.н. външни модификации. Чрез посочването на конкретни примери се установяват промените, които писателите преднамерено са извършили при използването на фразеологизмите в определен контекст.

6. “La importancia de los conocimientos culturales y la competencia pragmática en la traducción de las unidades fraseológicas”, *Actualizaciones en Comunicación Social II*,

Centro de Lingüística Aplicada: Santiago de Cuba, 2013, 576-589, (в съавторство с Елена Гетова).

Статията е написана на испански език и разглежда въпроса за връзката между език и култура. Изследването се базира на публикувани в Испания и България преводи на художествени произведения. Разгледани са примери, в които се проследяват техниките и стратегиите, които преводачите използват за превод на фразеологични единици, обусловени от национални, културни и географски особености.

7. "Sobre la traducción paremiológica. Análisis contrastivo español-búlgaro", *Colindancias*, № 4, Timisoara: Editura Universităţii de Vest din Timișoara, 2013, 59-68, ISSN: 2067-9092.

<<https://litere.uvt.ro/litere-old/vechi/COLINDANCIAS/colindancias4.pdf>>

Написаната на испански език статия предлага теоретичен обзор на паремиологичните термини и съпоставителен анализ на испански и български пословици и поговорки. Използваните примери онагледяват техниките и стратегиите, които преводачите използват за предаване на смисъла на паремиите в езика-цел. Посочени са и примери за превод на съкратени паремиологични структури, както и липса на фразеологични еквиваленти между испански и български фразеологизми.

8. "La creatividad fraseológica en los textos periodísticos", *Научни трудове, Езикознание*, том 51, кн. 1, СБ.А. Пловдив: Университетско издателство „Паисий Хилендарски“, 2013, 335-344.

<[http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/2013\\_I.pdf/7f0cef53-fe54-484d-ba63-e427510a0e0b](http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/2013_I.pdf/7f0cef53-fe54-484d-ba63-e427510a0e0b)>

В статията, написана на испански език, се предлагат примери и анализ на променени фразеологични единици в журналистически публикации. Фразеологизмите могат да се приспособяват към дадена езикова ситуация чрез промяна в елементите на тяхната структура или чрез използването им в нетипичен за тях контекст. Променените

фразеологизми, както отбелязваме в статията чрез конкретни примери, служат за постигане на различни комуникативни ефекти: хумор, ирония, сарказъм и др.

9. “Análisis contrastivo español-búlgaro de fraseologismos somáticos”, *Crossing Boundaries in Culture and Communication*, Journal of the Department of Foreign Languages, Bucares: Editura Universitară, volume 4, № 1, 2013, 52-60.

Във фразеологичните системи на испанския и българския език многобройни фразеологизми използват като метафорична база дадена част от човешкото или животинското тяло. Т.н. соматизми са широко използвани като лексикални елементи в устойчивите словосъчетания на двата езика, като най-често срещани са: ръка, око, уста, глава, крак, ръка език, ухо и др. В статията, написана на испански език, се посочват наличието на пълни, частични и нулеви еквиваленти между испанските и българските фразеологизми, съдържащи части от човешкото и/или животинското тяло.

10. “Las paremias truncadas: variación y creatividad”, *Научни трудове, Езикознание*, том 52, кн. 1 СБ.А., Пловдив: Университетско издателство „Паисий Хилендарски“, 2014, 151-160.

<http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/NT2014-A.pdf/a663e26f-ee59-451c-a959-740a80d2d2b8>

В статията, написана на испански език, се разглежда въпроса за употребата на съкратените структури на фразеологични единици в испанския език. Поставя се въпроса дали съкратените фразеологични структури би трябвало да бъдат определяни като креативен подход в процеса на манипулиране на фразеологизмите в речта или като следствие от т.н. икономия в езика и следва да бъдат възприемани като вариации на един и същ фразеологизъм. Анализираните примери доказват второто твърдение, което опровергава затвърденото в испаноезичната фразеологична литература мнение, че съкратените структури са следствие от креативни манипулации в речта.

11. „Фразеология в рекламните текстове”, *Българският език и литература в европейското културно пространство: традиции и перспективи*, Szeged: Jate Press, 2015, 93-99.

Поради своята експресивност, образност, емоционалност и наличие на стилистична окраска, устойчивите словосъчетания успешно се вписват в комуникативната стратегия на рекламния текст. Фразеологизмите придават по-голяма образност на езика, провокират въображението и чрез тях лесно може да се предизвика вниманието на потребителите. В настоящето изследване фокусираме вниманието си върху фразеологизмите в рекламните текстове и анализираме поведението на тези конструкции в посланията, тяхната функция и стилова натовареност.

12. “Lenguaje y estilo de la publicidad referida a los productos farmacéuticos”, *Научни трудове. Езикознание*, том 53, кн. 1, СБ. А., 2015, 394-404 (в съавторство с Незабравка Ненкова).

<[http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/Ezikoзнание\\_Full\\_I\\_20151029-31.pdf](http://science.slovo.uni-plovdiv.net/documents/931150/0/Ezikoзнание_Full_I_20151029-31.pdf)>

Целта на статията е, чрез примери и анализи, да се представи същността и ролята на фразеологичните изрази в рекламирането на лекарствените продукти в хуманитарната медицина. Основната роля на рекламата е информативна, но основната ѝ цел е да създаде мотивираност в адресата за закупуване на продукта. Успешната реклама поражда ефект на емоционално съпреживяване, размишление и доверие. С малко думи и в ограничено време се цели да се предаде много информация, която да се настани трайно в съзнанието на консуматора. Едни от най-често рекламираните продукти на телевизионния екран в България са именно фармацевтичните. В много случаи рекламите показват определени симптоми или типове личности, чрез които потребителят да се самоидентифицира и да припознае решението на своя проблем. Освен икономическите аспекти, рекламата представлява интерес и от езикова гледна точка, т.е. спецификата на вербалните и невербалните компоненти и взаимодействието между тях. Въз основа на примери, изведени от рекламни послания в различни електронни медии и печатни средства в

България през последните две години, разглеждаме употребата на фразеологичните изрази в рекламните текстове, с цел да проследим и анализираме как те се използват в основната си и в модифицираната си форма.

13. “Las equivalencias fraseológicas en la traducción literaria (con ejemplos en español y búlgaro)”, *Преводът – мост между езици и култури. Изследвания в чест на професор Людмила Илиева*, София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2016, 343-35.

Корпусът от фразеологични единици, който разглеждаме в статията, е екцерпиран от испански и български литературни произведения и публикуваните им преводи. Както в оригиналния текст, така и в преведения, фразеологизмите се разглеждат в конкретен контекст с цел да се предостави по-точен анализ на разглежданите фразеологични единици и съответния им еквивалент в преводите. В теоретичната част се предлагат тълкувания на термина еквивалент в превода, а във втората част на статията се предоставят примери, които ни позволяват да определим различните видове еквиваленти и формалните разлики между тях.

#### **Други публикации, които не са свързани с темата на хабилитационния труд**

14. Тълкуване на фразеологични единици от деца със специални образователни потребности, *Научни трудове на Съюза на учените - Пловдив*, Серия В, том XVI, 2013, 308-312. (в съавторство с Незабравка Ненкова).

Изследване има за цел да сравни способностите на децата в норма и тези с езикови нарушения (дислексия) при разбирането и анализирането на фразеологични единици. Изследването е проведено в периода януари – май 2013 година в СОУ „Н. Й. Вапцаров“ с. Селановци, пилотно училище по проект „Включващо обучение“. Участниците са разделени в две групи: ученици с езикови нарушения (дислексия) (експериментална група - ЕГ) и ученици с езиково развитие в норма (контролна група - КГ).

Затрудненията при дислексия, както е известно, се свързват основно с трудното сублексикално четене и графемно-фонемната преработка, но при чуването на фразеологични изрази децата се концентрират върху значението на думите и контекста, като по този начин често стигат до правилно тълкуване на ФЕ. Ето защо, независимо от по-бавното декодиране, те невинаги имат проблем с разбирането на чутия фразеологизъм. Децата със СОП възприемат нагледните примери, поради което успех може да се постигне при усвояването на смисъла на фразеологизмите чрез ясно даден реален пример.

Отговорите на учениците от контролната група доказват, че правилното тълкуване на ФЕ може да е проблемно дори за деца без умствени проблеми, тъй като за правилното кодиране и декодиране на фразеологичните единици е необходимо те предварително да са запаметени. Научаването и използването на ФЕ зависи в голяма степен от семейната среда, в която децата се формират, както и от социалния и професионалния статус на родителите.

Изследването е представено на *Международната конференция на младите учени – Пловдив 2013* и е отличено с диплома за най-добре представен доклад (*Приложение 14.3.*).

15. “The Sephardi Jews on the Balkans”, *Linguistique Balkanique*, liv. 1, Sofia: Académie bulgare des sciences, Institut de langue bulgare “Prof. Lyubomir Andreychin”, 2015, 65-72 (в съавторство с Джесика Сиаботару де Манев).

В статията, написана на английски език, се разглежда темата за прогонените от Испания евреи през 1492 година. Посочват се възможните мотиви довели до тяхното екстрадиране и се проследява културната и обществено-политическата дейност, която сефардските евреи развиват в градовете, в които се заселват на Балканите.

Пловдив  
18.01.2017

**Изготвил.....**

/гл. ас. д-р Веселка Ненкова/