

**ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ “ПАИСИЙ ХИЛЕНДРАСКИ”
ФИЛОЛОГИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА ПО РОМАНИСТИКА И ГЕРМАНИСТИКА**

СТАНОВИЩЕ

на Иван Вълчев Кънчев -дфн и професор по съвременен испански език в Катедрата по романистика и германистика на Филологически факултет на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски” -, за

дисертационен труд

за присъждане на образователната и научна степен `доктор`.

Автор на дисертацията: Гергана Ангелова Петкова-Заралиева

Тема: *Семантика и стилистика на прилагателното име в рекламата.*

Езикови стратегии

Научен ръководител: дфн Иван Вълчев Кънчев, гост-професор в Катедрата по романистика и германистика на Филологическия факултет на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски”

1. Общо представяне на процедурата и на докторанта

Със заповед № Р33–0363 / 28.03.2018 г. на Ректора на ПУ „Паисий Хилендарски” съм определен за член на научното жури за осигуряване на процедура за защита на дисертационен труд на тема (вж. по-горе: **Тема**) за придобиване на образователната и научна степен `доктор` в област на висшето образование *Хуманитарни науки*, професионално направление: *Филология*, докторска програма: *Романски езици (СИЕ - съвременен испански език – Лексикология и Стилистика)*.

Авторката на дисертацията, Гергана Ангелова Петкова-Заралиева, с висше образование по специалността *български език и испански език*, е докторантка в редовна форма на обучение, по съвременен испански език, от 01.03.2014 до 01.03.2017 г., към Катедрата по романистика и германистика с научен ръководител проф. дфн Иван В. Кънчев от ПУ „Паисий Хилендарски” (вж. заповед № Р33-713 от 21.02.2014 г.).

Представеният от докторантката комплект от материали на хартиен носител е в съответствие с Чл. 36 (1) от Правилника за развитие на академичния състав на Пловдивския университет и включва всички предвидени за целта документи.

2. Актуалност на тематиката

Два са основните носители на търсената актуалност: 1) същността на езиковите стратегии и 2) функционалната разлика между категории (части) на речка и класове от думи, лексикални (L+G) и местоименни (G+G).

3. Познаване на проблема

Целенасочената позиция на дисертантката е отражение на нейното познание на основния проблем, включен в изследването: за същността на езиковите стратегии и мястото на прилагателното име в тях.

4. Методика на изследването

Приложената методика потвърждава верността на постановката за езика като емпирично познание на говорещия субект за света и за себе си: „езиците не са сходни в същия смисъл, по който се разграничават” (срв. *las lenguas no son análogas en el mismo sentido en que son diferentes*, E. Coseriu).

5. Характеристика и оценка на дисертационния труд и приноси

Изследването на дисертационната тема включва *Увод*, 4 глави (гл. I. *Теоретична постановка*, гл. II. *Рекламата: общи характеристики и специфики*, гл. III. *Семантика и стилистика на прилагателното име* гл. IV. *Езикови стратегии в рекламата*) и *Изводи*.

Проследено като дейност и продукт, изследването е сполучлив етап в научната подготовка на авторката. С положителен знак се приемат: а) обхватът и целите на обекта; б) постановката за същността на частите на речка в структурата на лексикалния клас и на местоименията, в) стилистичната функция на прилагателното име в публицистичния стил, г) рекламата и езиковите стратегии за нейната реализация в речта и д) наборът на емпиричния корпус.

Елементи със знак за личен принос на дисертантката носят още стилистичните постановки: 1) за езиковите стратегии и мястото на прилагателното име в техния обхват; 2) за целите на рекламната комуникация; 3) за съотношението между *апел*, *езикова стратегия* и *контекстуален смисъл*.

С положителна оценка се приема постановката за езиковите сходства и разлики на прилагателното име в двете съпоставени лингвистични реалности; за лексикалната връзка между *дума* и *текст*,

т. е, между *значение* и *смисъл*, където *нормата* реализира *системата*. Стратегиите са част от смисъла на текста, докато думите с лексикално значение (и части на речта, между които се включва и прилагателното име) са елементи на семантични полета. Постановката засяга и темата, изведена в заглавие, което може да се преформулира с термините на езиковите планове в следния порядък: *Система и норма (= Семантика и стилистика) на прилагателното име в рекламата*. Функционалният план на *Езиковият тип* се вписва в бъдещи проекти.

6. Преценка на публикациите и личния принос на докторанта

При изпълнение на тригодишната докторска програма (2014-2017), Г. Петкова-Заралиева съумява да посвети време и на университетски събития с пет публикации, допълващи темата на дисертационния труд.

С положителна оценка се приемат разработките за *Функцията на прилагателното име в рекламата* (2014); за *Figuras retóricas en la publicidad* (2015) и за *Езиковите стратегии и манипулации в рекламния апел* (2017).

7. Автореферат

Тази допълнителна разработка е съобразена с наличните изисквания към докторантите в заключителния етап на тяхната дейност, сведена до

лична оценка на постигнатите резултати, представени като иновации или доразвити предходни постановки.

8. Препоръки за бъдещо използване на дисертационните приноси и резултати

Препоръките за бъдещи приложения се свеждат до два приноса:

1) За зависимостта на прилагателното име от неговата позиция спрямо съществителното в контекста. Проблемът приема три подхода: логически, психологически и лингвистичен.

2) За семантичната и функционалната разликата между части на речта и класове от думи. Решението води до надграждане в теорията на традиционната морфология.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С гореизложеното становище обосновавам своята *положителна оценка* за изследването на избраната тема (в дисертация и автореферат) и решението си да *предложа на почитаемото научно жури да присъди образователната и научна степен `доктор`* на

Гергана Ангелова Петкова–Заралиева в област на висшето образование *Хуманитарни науки*, професионално направление *Филология*, докторска програма *Романски езици (съвременен испански език – Лексикология и Стилистика)*.

15.05.2018 г. Автор на становището:

(проф. дфн Иван В. Кънчев)