

## **РЕЦЕНЗИЯ**

**от проф. д-р Людмила Илиева-Сивкова**

**СУ „Св. Климент Охридски“**

на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен 'доктор'

в област на висше образование 2. Хуманитарни науки

професионално направление 2.1. Филология

докторска програма: Романски езици (Съвременен испански език - лексикология)

**Автор: Гергана Ангелова Петкова-Заралиева.**

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

**Научен ръководител:** проф. дфн Иван Вълчев Кънчев

### **1. Общо описание на представените материали**

Със заповед № Р33-0363 от 28.03.2018 г. на Ректора на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ (ПУ) съм определена за член на научното жури за осигуряване на процедура за защита на дисертационен труд на тема **Семантика и стилистика на прилагателното име в рекламата. Езикови стратегии** за придобиване на образователната и научна степен 'доктор' в област на висше образование 2. Хуманитарни науки, професионално направление 2.1. Филология, докторска програма Романски езици (Съвременен испански език - лексикология). Автор на дисертационния труд е **Гергана Ангелова Петкова-Заралиева**. – докторантка в редовна форма на обучение към катедра Романистика и германистика с научен ръководител проф. дфн Иван Вълчев Кънчев от Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“.

Представеният от Гергана Ангелова Петкова-Заралиева комплект материали на хартиен носител е в съответствие с Чл.36 (1) от Правилника за развитие на академичния състав на ПУ, включва следните документи:

- молба до Ректора на ПУ за разкриване на процедурата за защита на дисертационен труд;
- автобиография в европейски формат;

- нотариално заверено копие от диплома за висше образование (ОКС ‘магистър’)
- заповеди за записване в докторантура, прекъсване на обучението (поради майчинство) и за продължаване на обучението;
- заповед за провеждане на изпит от индивидуалния план и съответен протокол за издържан изпит по специалността с успех ..... (х.хх);
- протоколи от катедрени съвети, свързани с докладване на готовност за откриване на процедурата и с предварително обсъждане на дисертационния труд;
- дисертационен труд;
- автореферат;
- списък на научните публикации по темата на дисертацията;
- копия на научните публикации;
- декларация за оригиналност и достоверност на приложените документи;
- справка за спазване на специфичните изисквания на съответния факултет;

Докторантката е приложила 5 (пет) публикации, отговарящи на изискванията.

## **2. Кратки биографични данни за докторанта**

Докторантката Гергана Петкова-Заралиева е завършила езикова гимназия с испански, руски и английски език. Бакалавър е по специалността Български и испански език в ПУ „Паисий Хилендарски“. Завършила е магистратура по Приложна лингвистика с испански език в Пловдивския университет, като успоредно с това специализира Журналистика в същия университет. От 2014 до 2017 г. е редовен докторант по Съвременен испански език (лексикология). През последните осем години преподава испански език в няколко средни училища в Пловдив, а през последните пет е и преподавател по испански в Пловдивския университет.

Извън професионалните ѝ занимания докторантката е член на Лингвистичен клуб „Борис Симеонов“, както и на испански лингвистичен клуб „Димитър Димов“ към ПУ „Паисий Хилендарски“. Научните ѝ интереси са в областта на компаративната лингвистика, морфологията на съвременния български език и социолингвистиката. Отличена е с награди от олимпиада по морфология и научна конференция за студенти и докторанти.

### **3. Актуалност на тематиката и целесъобразност на поставените цели и задачи**

Разработваният в дисертацията проблем – връзката между слово и реклама – е без съмнение актуален предвид ролята на рекламата като явление в съвременния живот. Езикът и образът са двата основни компонента, използвани при създаването на рекламата, затова и присъствието и ролята на езика в рекламния текст представляват неизчерпаемо поле за изследване в научно и в научно-пролижно отношение. Задачата, която си поставя дисертантката - да анализира рекламния апел като един от множеството аспекти и проявления на езика, съответства на актуалността на проблема.

### **4. Познаване на проблема**

Може да се каже, че дисертантката е запозната до необходимата степен със състоянието на проблема, с основните изследвания и изобщо с литературата на тема „реклама” не само от лингвистична гледна точка.

### **5. Методика на изследването**

Избраната методика на изследване е компаративният анализ на рекламни текстове на български и испански, напълно съответстваща на темата на дисертацията и позволяваща да бъдат постигнати поставените цели и задачи.

### **6. Характеристика и оценка на дисертационния труд**

Дисертацията обхваща Увод, четири глави (1. Теоретична постановка; 2. Рекламата: общи характеристики и специфики; 3. Семантика и стилистика на прилагателното име. Реклами; 4. Езикови стратегии в рекламата) и Изводи. Обемът на труда е 162 страници, а библиографията включва 54 заглавия.

В първа глава е представен един наистина кратък обзор на развитието и изследванията в областта на семантиката и стилистиката като наука, посочени са някои значими имена. Смятам обаче, че логическата линия на разсъжденията не е достатъчно ясна, донякъде механично са събрани цитати или преразказ на иначе верни и важни твърдения. Възможно е това да се дължи на факта, че намеренията на авторката са акцентът на труда да бъде на друго място. Независимо от това се наблюдава известно разминаване между заглавие и съдържание – пр. 1.2. Същност на рекламните послания и прилагателното в тях, където на прилагателното – тема на дисертацията – са отделени едва няколко реда.

Съвсем не на място – едва в трета част на глава 1 се изяснява какво означава „език” чрез цитиране на един вероятно авторитетен испански автор (предполагам, тъй

като не съм запозната с трудовете му), поне хронологически обаче дефинициите за език са дадени много по-рано от основоположниците на науката лингвистика. Мога да приема, независимо, че не е изразено експлицитно, че е търсено мнението за езика на един психолингвист, още повече, че авторката подчертава, че целта на изследването ѝ е да разгледа рекламните послания и семантиката и стилистиката на прилагателното име в тях не само от лингвистична, но и от психологическа и психолингвистична гледна точка, което обаче предполага далеч по-задълбочено представяне на науката психолингвистика.

Струва ми се също така, че мотивировката на избора на тема би трябвало да предшества целите, подхода и методите на изследване. Добре е също така да се прави разлика между мотив – мотивировка – повод.

В духа на градивната критика ще обърна внимание, че не е уместно авторката сама да дава оценка на работата си (с. 20 - ... за пореден път откриваме потвърждение на актуалността и значимостта на нашите изследвания; с. 27 - ... постигнаха се в максимална степен преследваните цели и желаните резултати) и то още в първа глава. Подобна забележка бих направила и във връзка с автоцитирането на с. 71, най-малкото би било редно то да се направи под линия.

Критичните ми бележки са основно към тази част.

Втора глава, посветена на рекламата е интересна, образователна, разкрива познаване на основни трудове по механизма на рекламата и манипулацията. Авторката изразява своето отношение към проблема, любопитен образ е чувството за вина като „ръжен в ръцете на манипулаторите” (с. 49).

Трета глава съответства по същество на темата на дисертацията, изяснява същността и ролята на прилагателното име в двата езика. Похвално е, че тук, както и в предишната глава, дисертантката показва задълбочено познаване не само на чуждите, а основно на българските автори, работили по тази тема. Подчертавам това, защото не е особено често срещано при подобни изследвания, нерядко авторите се поддават на стремежа си да покажат познаване на чужди учени, които далеч невинаги превъзхождат българските си колеги. Оценявам този подход положително.

Тук бих препоръчала по-голяма прецизност на изказа, все пак става въпрос за докторат по филология – пр. твърдението, че съществителните имена и глаголите в рекламата са най-често срещани (в сравнение с прилагателното, за което знаем, че не може да съществува самостоятелно и база за сравнение не може да има) – с. 78.

Четвърта глава, посветена на езиковите стратегии в рекламата, представлява интерес с представянето и анализа на реторичните фигури и тропи в рекламата и ролята на прилагателното в тях. Таблиците с честотата на употреба потвърждават наблюденията на авторката.

Последната част на дисертацията – Изводи – предава в схематичен вид резултатите от изследването. Смятам, че трудът щеше да спечели, ако вместо конспект беше приложен класическият академичен формат.

Библиографията е изчерпателна и достатъчна за докторска дисертация.

Трудът е интердисциплинарен и ситуиран в областта на няколко филологически дисциплини, което само по себе си го прави новаторски и интересен, до момента липсва подобно изследване в българската испанистика. Интердисциплинарността на дисертацията предполага и познаване на културните и социални аспекти на контекста, в който се реализира рекламата – авторката подчертава, че създаването на една успешна реклама изисква отлично познаване на психологическите и социокултурни характеристики на нейните реципиенти, което разширява броя на дисциплините, в чието поле се разполага дисертацията, съответно новаторския ѝ характер.

## **7. Приноси и значимост на разработката за науката и практиката**

Сред приносите на дисертационния труд мога да посоча не само пионерския му характер, но и възможността резултатите от изследването да бъдат използвани в преподаването на испански език в България, по-конкретно в преподаването на граматическите категории и особено в преподаването на превод. Не е без значение това, че професията на копирайтъра е особено актуална днес и теоретичните изводи от дисертационния труд могат да бъдат приложени практически в подготовката на такива специалисти.

## **8. Преценка на публикациите по дисертационния труд**

Публикациите по дисертацията са общо пет самостоятелни, написани на български статии - четири, публикувани в сборниците с доклади от Паисиевите четения и една в Годишника на НБУ. Предвид хронологията на публикуването им те са части от дисертационния труд, както трябва да бъде, и казаното за резултатите, съответно ползата от него, важи и за тях.

## **9. Лично участие на докторантката**

Няма съмнение, че докторантката е работила съвършено самостоятелно – свидетелство за това е форматът на дисертацията, който, особено в теоретичната му част, се различава от установената класическа структура на една докторска дисертация. Би могло да се спори дали този избор е най-подходящ, но при всяко положение разкрива желание и стремеж към индивидуален подход.

## **10. Автореферат**

Авторефератът отразява основните резултати от труда по начина, по който това е направено в дисертацията, т.е. различава се от установеното класическо изискване за научен труд. Бих могла да приема, че това е опит, макар и не много успешен, от страна на дисертантката да прояви творчество, разчупвайки традиционните правила.

## **11. Критични забележки и препоръки**

Някои от критичните ми бележки бяха направени по-горе в реценцията, тук ще се спра на бележки, свързани със стила на рецензирания труд.

Като начало бих отбелязала категоричната необходимост от редактиране на текста – среща се неточна, а оттук и двусмислена употреба на някои думи – пр. „тенденциозен” – „примерите са подбрани също така тенденциозно” (с. 11) – пропуснато е най-разпространеното значение на думата – необективен, с което би могло се постави под съмнение добросъвестността на изследването. Всъщност усещането е, че тази дума просто се употребява неправилно, същото може да се види и на стр. 84. Подобен е случаят с израза: изследванията се опират най-вече върху тези на Аристотел, „който не можем да пропуснем да споменем и до ден днешен” (с. 16, тук е налице и погрешна употреба на относителното местоимение) и немалко други.

Нерядко се среща неясен изказ, водещ до nonsens: — „Преплитането на граматическа конкретика със социокултурни различия е уникална по рода си демонстрация колко много си приличаме и колко сме различни” (с. 12); ... привидно синтезирано, но изключително информативно наситено... (с. 22) – няма противоречие между „синтезиран” и „информативно наситен”; „Еухенио Косериу ни предоставя една много важна плоскост, на базата на която да разсъждаваме” (с. 22); ... дава един много задълбочен и фрагментарен поглед...” (с. 22); „полифасетната проблематика на изследвания проблем се налага да бъде разгледана от много страни” (с. 29) и др.

Наблюдават се случаи на неправилна граматическа употреба, водеща до объркване – „Ако досега някой не е пил от най-ценения в цял свят чай, то той незабавно трябва да го смени” – какво да смени – най-ценения чай или този, който е пил досега?

Парадоксално, въпреки играта на думи, в испанската реклама няма опасност от подобно объркване - "Cambia-té, que hay Lipton" (с. 137) .

Наблюдават се наивни твърдения и възклицания, нямащи общо с академичния език на един научен труд – "... за нас словото не е просто механизъм за общуване, а нещо далеч по-велико..." (с. 17, всъщност целият параграф с разсъждения за словото), както и клишета от рода на това, че кръвта на испанците е гореща поради географската ширина, на която живеят (с. 11) – подобни изрази не би трябвало да имат място в една дисертация.

Същото важи и за използваните разговорни форми – „хем... хем” (с. 28); „Рекламните послания са се превърнали в показно за културното развитие на дадено общество” (с. 28), както и за натрапчиво повтарящото се в целия текст наречие „абсолютно”.

Не са рядкост и правописните грешки – на сериозно (с. 12), по настоящем (с. 38), оповавам се (с. 46), както и липсващите или погрешно поставени препинателни знаци (запетаи).

Може би трябва да се приеме, че авторката е повлияна от темата на изследването – рекламните текстове, които „могат да си позволят да бъдат недотам издържани от книжовна гледна точка” (с. 92), макар подобно обяснение в случая да не звучи много убедително.

Обръщам внимание на тези недостатъци, защото те можеха да бъдат избегнати, ако авторката беше взела предвид бележките, направени ѝ на вътрешното обсъждане, именно в това да помогне на дисертанта е неговият смисъл.

## **12. Лични впечатления**

Нямам лични впечатления от дисертантката.

## **13. Препоръки за бъдещо използване на дисертационните приноси и резултати**

Както вече отбелязах, смятам, че след съответна преработка е възможно изследването да бъде използвано в преподаването на испански език, по-конкретно съпоставителният анализ между прилагателното в испанския и в българския език.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд *съдържа научно-приложни и приложни резултати, които отговарят на* изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ПУ „Паисий Хилендарски“. Представените материали и дисертационни резултати съответстват на специфичните изисквания на Филологическия факултет, приети във връзка с Правилника на ПУ за приложение на ЗРАСРБ.

Дисертационният труд показва, че докторантката **Гергана Ангелова Петкова-Заралиева притежава** задълбочени теоретични знания и професионални умения по научна специалност Филология, като **демонстрира** качества и умения за самостоятелно провеждане на научно изследване.

Поради гореизложеното, давам своята *положителна оценка* за проведеното изследване, представено от рецензираните по-горе дисертационен труд, автореферат, постигнати резултати и приноси, и *предлагам на почитаемото научно жури да присъди образователната и научна степен ‘доктор’* на **Гергана Ангелова Петкова-Заралиева** в област на висше образование: 2. Хуманитарни науки, професионално направление: 2.1 Филология, докторска програма: Романски езици (Съвременен испански език - лексикология)

21.05. 2018 г.  
София

Рецензент:  
проф. д-р Людмила Илиева