

Становище

от доц. д-р Светлана Неделчева

във връзка с обявения конкурс за заемане на академичната длъжност „професор” в област на висше образование 2. Хуманитарни науки, професионално направление 2.1. Филология (Германски езици - Съвременен английски език) към Факултета по хуманитарни науки в Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“

За участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „професор” в област на висше образование 2. Хуманитарни науки, професионално направление 2.1. Филология (Германски езици - Съвременен английски език), обявен в ДВ бр. 36 от 25.04.2014 г. е подал документи един кандидат – доц. д-р Румяна Тодорова. Представените документи на кандидатката и приложенията към тях отговарят на законовите изисквания и представят в детайли кандидатурата ѝ.

Познавам доц. Тодорова като преподавател от 1991 г., когато постъпих като студентка в Шуменския университет. От 1998 г. следя като колега академичното ѝ израстване. Доц. Тодорова придобива докторската си степен през 1997 г., а се хабилитира през 2001 г. В периода от 2001 г. тя е разработила голям брой лекционни курсове за специалностите Английска филология и Приложна лингвистика: 2 задължителни дисциплини в бакалавърска степен, 3 задължителни дисциплини в магистърска степен, 3 избираеми дисциплини, както и 4 лекционни курса, предназначени за други специалности: Туризъм, Маркетинг, Журналистика и Лингвистика и масови комуникации.

Свидетелство за натрупания опит на доц. Тодорова в изследователската дейност и междууниверситетското сътрудничество е и участието ѝ в редица проекти: 8 университетски, 2 национални и 5 международни. Впечатление прави, че като представител на Шуменския университет участва в международните проекти, заемайки най-отговорните позиции - координатор или контактното лице. Като институционален координатор по програма Еразъм по случай 25 години Еразъм е избрана за Европейски посланик за България. По този повод получава национална награда – Плакет през 2012 г.

През същата година получава наградата на Шумен за принос в областта на хуманитарните науки и издигане авторитета на Шуменския университет.

Доц. Тодорова е доказала и способностите си като администратор. От 2008 г. е ръководител на катедра „Английска филология“ и член на академическия съвет, а от 2009 г. заместник ректор. Участва в експертни групи и комисии, образователни и акредитационни. Написала е рецензии на 6 учебника и учебни помагала, един справочник, един мултимедиен учебник, един електронен модул и три проекта. Членува в редакционната колегия на Journal Scientific and Applied Research и в четири асоциации и научни дружества.

Забележителен е приносът на доц. Тодорова в индивидуалната работа със студентите. За периода тя е била научен ръководител на 10 дипломанти и 6 докторанти. Участвала е в състава на три научни журита за заемане на академичната длъжност „доцент“. Изнасяла е лекции в 10 чуждестранни университети във Великобритания, Ирландия, Холандия, Белгия, Турция, Швеция и Португалия и е осъществила 10 мобилности по програма Еразъм в различни университети, с които Шуменския университет има споразумения.

По отношение на публикационната ѝ активност смятам, че доц. Тодорова има голяма продуктивност при популяризирането на изследователската си дейност през разглеждания период от 2001 г. до настоящия момент, когато са излезли 50 нейни публикации. Те са в три основни направления: в областта на езика, културата и рекламата; в областта на преподаването на английски език и в областта на проблемите на образованието. Разбираемо, най-голям е броят им по темата на конкурса „Език, медии, култура и реклама“ – 37. Заслужава да се споменат и двата учебника „Theory and Practice in Textlinguistics“ и „Insights in Text Linguistics“, както и електронния модул „Cohesion“, които освен теоретични постановки предоставят на студентите практически упражнения и задачи, подходящи за самостоятелна подготовка, а също и бележки и ключ към тях.

Ще се спра по-подробно на представените монографии. Доц. Тодорова е направила важен избор като е решила да напише монографиите си „Стратегии в света на рекламата“ и „Език, култура, реклама“ на български език. Предполагам, че много по-лесно би било за нея, като се има предвид че почти всичките ѝ статии са на английски език, да запази този език и в монографиите. Но, това че те излизат на български ги прави разбираеми за

широката аудитория в нашата страна с интереси към културологията и медийния дискурс и ги прибавя към литературата в област, която все още не е широко изследвана.

Интересна е съпоставката между двете монографии, тъй като едната е излязла в началото на разглеждания период – 2001 г., а другата в края му – 2014 г. Те разкриват промените, които настъпват в медийния език и стратегиите, използвани от съставителите на реклами през тези години.

В „Стратегии в света на рекламата“ доц. Тодорова анализира различни техники на медийните реклами от 80-те и 90-те години на XX век. Тя разглежда реклами от Великобритания, САЩ, Германия и България в съпоставителен план, за да отчете общото и специфичното в тях по отношение на стратегиите за убеждаване и манипулиране на аудиторията. Към рекламите се подхожда от различни гледни точки. Авторката коментира както вербалния, така и невербалния компонент. Благодарение на задълбоченото изследване, тя открива понякога две и повече стратегии, които действат едновременно и се преплитат и допълват, за да постигнат по-успешно прагматичната цел на рекламодателите, а именно закупуването на продукта.

Монографията „Език, култура, реклама“ представя рекламата на фона на съвременния етап от развитието на човечеството, когато картината за света на отделните културни общности в известна степен се препокрива в резултат на интеркултурните контакти. Това според доц. Тодорова води до заимстване на културно-специфичните представи за света от едни култури и налагането им на други. Оценявам положително това, че в тази монография, за разлика от предишната, повечето анализирани реклами са български. Отмина времето, когато българските реклами бяха толкова малко и се появяваха толкова рядко, че не заслужаваха внимание. Сега реклами ни заливат по телевизията и радиото, във вестниците и списанията, в Интернет. Хубаво е, че разглежданите текстове на английски език са преведени за удобство на българския читател, така те стават разбираеми и съотносими към анализа.

От полза биха били някои уточнения по отношение на терминологичния апарат. Например, още в глава първа авторката се позовава на твърдението на Маршал Маклуън, че рекламите са „най-богатите и най-правдоподобни отражения“ на действителността във всяко едно общество и във всеки един момент, а в глава 2 използва термина „глобално село“ без да посочи, че е въведен от същия канадски културолог, професор по английска

литература, медиен критик и теоретик. Освен това може да се спомене, че термините рекламист и копирайтър (на стр. 159) са използвани като взаимозаменяеми.

Много бегло в монографията е застъпен въпросът за толерантността. В редица случаи създателите на реклами в стремежа си да промотират даден продукт на определена целева група проявяват нетолерантност към друга, например в глава 3: “Да отворим Каменица; Да спасим мъжа; Каменица; Мъжете знаят защо”; и в глава 4: “Хей, момчета, няма по-хубаво нещо от биричка с приятели; Ариана”.

Монографията „Език, култура, реклама” представя паралелно културноспецифични и универсални ценности, оттам идва голямата пъстрота на мотиви, идеи и преплитане на общо и частно в рекламния дискурс. Материалът за анализ е много богат, но би бил по-разнообразен, ако обхватът му се разшири от чисто комерсиалните повече към социално ориентираните и политическите реклами. Доц. Тодорова се е докоснала до тази тематика в монографията, дискутирайки глокализацията, политиката на водещите банки с клонове в цял свят (например Hongkong and Shanghai Banking Corporation), пенсионните фондове и инвестициите.

Поради големия брой на предложените за разглеждане статии не бих могла да се спра на всяка поотделно, но ще маркирам основните приноси моменти. Доц. Тодорова обсъжда агресивността в рекламата, която цели да събуди зрителския интерес към самата реклама и към продуктите и услугите, рекламирани в нея. Убеждението и несъвместимостта, пародийното и парадоксалното, абсурдното и емоциите, сензационното и информативното, играта на думи също са анализирани като техники, използвани в рекламния дискурс. Във фокуса на изследване са връзките на рекламата с попкултурата, социалните и културните предизвикателства в рекламата, рекламата в глобален контекст, реалността и въображаемостта в рекламите. Доц. Тодорова се интересува и от проблемите на съвременността, разглежда олимпийските игри в Лондон през 2012 г. като културен, социален и лингвистичен феномен, изследва влиянието и отразяването на рецесията в рекламите, наблюдава протестите в България, Турция и Египет през 2013 г. и представянето им в британските, американските и българските медии. Освен анализ на дискурса, авторката използва когнитивната перспектива, за да покаже субективността на медиите при отразяването на тези явления. Тя се стреми да „интерпретира“ информацията

обективно като подчертава различните подходи на медиите към едно и също явление с помощта на различни лингвистични способности.

В областта на преподаването на английски език изследователката изучава тенденциите в ранното чуждоезиково обучение, необходимо ли е, представлява ли предизвикателство или само увеличава натовареността на децата. Занимават я и проблемите на превода, по-специално някои затруднения, които студентите срещат, при превод от английски на български и обратно. Посочва, че използването на определени лексикални единици се обуславя не само от особеностите в двата езика, но и от контекста, в който се появяват, както и от когнитивните пространствени рамки, представени по различен начин в английски и в български език.

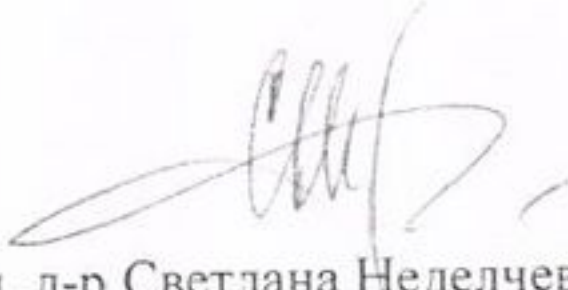
В по-общ план доц. Тодорова разглежда предизвикателствата на XXI век в европейското и българското образование, рейтингите на американските и европейските университети, придобиването на умения за използване на информационни и комуникационни технологии и определяне на стандартите в това отношение за учителите.

Като елемент от оценката за значимостта на публикациите на доц Тодорова е големият брой цитирания – 28, с явна тенденция към увеличаване през последните 4 години – 20 на брой. Отбелязани са цитирания в Web of Knowledge, РИНЦ с h-index 1, а една статия е индексирана в Националната библиография на РБългария.

В заключение смятам, че на основание на цялостната научно-изследователска, публикационна и преподавателска работа на доц. Тодорова, тя има всички необходими качества да заеме академичната длъжност професор по Германски езици (Съвременен английски език) във Факултета по хуманитарни науки на Шуменския университет „Епископ Константин Преславски“.

3.09.2014 г.

гр. Шумен


/доц. д-р Светлана Неделчева/