

СТАНОВИЩЕ

ПО КОНКУРС ЗА ЗАЕМАНЕ НА АКАДЕМИЧНА ДЛЪЖНОСТ „ДОЦЕНТ“

ПО НАУЧНА ОБЛАСТ 2. ХУМАНИТАРНИ НАУКИ, ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ

2.1. Филология, специалност „БЪЛГАРСКИ ЕЗИК“ (БЪЛГАРСКИ ЕЗИК ЗА МЕДИЦИНСКИ ЦЕЛИ),
ОБЯВЕН В ДВ бр. 96/01.12.2017 г.

Кандидат: **ст. преп. Силвена Ставрева-Доростолска, д.ф.**

Автор на становището: **доц. д-р Марина Георгиева Джонова**
Катедра по български език
Факултет по славянски филологии, СУ
член на научното жури със заповед № Р-109-122/23.02.2018 г.
на проф. д-р А. Керковска, д.м., зам.-ректора на МУ-Варна

1. ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ И БИОГРАФИЧНИ ДАННИ

Конкурсът за заемане на академична длъжност „доцент“ по научна област 2. Хуманитарни науки, ПН 2.1. Филология, специалност „Български език“ (Български език за медицински цели) е обявен в „Държавен вестник“, бр. 96 от 01.12. 2017 г. Документи за участие в конкурса е подал един кандидат – ст. преп. Силвена Ставрева-Доростолска, д.ф. През 1996 г. тя е завършила специалността „Българска филология“ в СУ „Св. Климент Охридски“ с втора специалност „Полски език и литература“. От 1997 до 2006 г. е учител по български език и литература. От 2006 г. след издържан конкурс Силвена Ставрева-Доростолска е щатен преподавател в Катедра „Славянски езици и комуникации“ на Департамента по чуждоезиково обучение, комуникации и спорт на МУ - Варна. През 2014 г., след защита на дисертационен труд на тема „Четенето с разбиране по български език като чужд за общи и академични цели с оглед на изпитната система ECL“, получава образователната и научна степен „доктор“. Представените данни за образованието и трудовия стаж на кандидата показват, че С. Ставрева-Доростолска отговаря на условията по за заемане на академичната длъжност доцент. Документите по конкурса съответстват на всички нормативни изисквания и доказват основателността и необходимостта на процедурата.

2. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА И НАУЧНОПРИЛОЖНАТАДЕЙНОСТ НА КАНДИДАТА

В конкурса за академичната длъжност „доцент“ С. Ставрева-Доростолска е представила 35 публикации, вкл. монографията „Съвременни езикови и комуникативни стратегии в рекламата на лекарства“, публикувана през 2018 г. Голяма част от публикациите са представени на престижни национални и международни форуми. Участвала е в разработването на 2 научни проекта – 1 международен и 1 по оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“.

Най-същественият принос в нейната научноизследователска работа е монографичният труд „Съвременни езикови и комуникативни стратегии в рекламата на лекарства“, в който за пръв път се изследва от психолингвистична и социолингвистична гледна точка езиковите и комуникативните стратегии в брошурите и листовките на

безрецептурни лекарства и хранителни добавки. Разработката е приносна за изследването на българския език в сферата на здравеопазването и за представянето на комуникативната ситуация при общуването фармацевт – пациент, както и на убеждаващите речевите стратегии, които се прилагат в рекламните брошури и листовки. Представеният труд прави съвременно изследване на различните аспекти на рекламата на безрецептурни лекарства – езиковите и изобразителните изразни средства, които въздействат едновременно на различни равнища в комуникативния процес (психо-емоционално, познавателно и социално).

В първа глава на изследването са представени съвременните комуникативни роли и отношения в здравеопазването. Приносно е представянето на промяната в отношенията лекар – фармацевт – пациент, а именно разширяващата се тенденция към самолечение и промяната на ролята на фармацевта, който се явява единственото медицинско лице, което консултира пациента. В същото време фармацевтът се явява и търговско лице, продавач, а пациентът – клиент на аптеката. Много ясно са представени факторите, определящи комуникативните роли на фармацевта и пациента. Фармацевтът е компетентен, дава информация, емоционално неагажиран е, но е и материално заинтересован от печалбата. От друга страна, пациентът е некомпетентен, емоционално ангажиран и финансово обременен. Именно осъзнаването на въздействието на тези фактори и актуалната комуникативна ситуация намират езиков и илюстративен израз в рекламните брошури. Приносно в изследването е и подробното представяне на PR стратегиите, които фармацевтичните компании прилагат за въздействие върху потребителите. Като значим научноприложен принос в първа глава може да се посочи подробният анализ на посланието, заложено в името и графичното лого на аптеката, както и направените изводи за успешно и неуспешно осъществена комуникация с пациента.

Във втора глава на изследването се представят теоретичните и практическите аспекти на лекарствената реклама. Приносно тук е класифицирането на типовете рекламни материали в сферата на здравеопазването – от една страна, това са рекламните материали, предназначени за медицинския персонал, а от друга страна – за крайния потребител. Различната комуникативна ситуация е причината за използването на различни средства (езикови и визуални) в рекламните материали. Пациентите от своя страна също имат различни социални роли, което предопределя и насочеността на рекламата към жени, мъже или деца. Тази насоченост е представена чрез подробен анализ на визуалните и вербалните стимули, съобразени с конкретния адресат. Тук бих искала да подчертая приноса на изследването по отношение на мястото на императивните изрази в рекламата (напр. *Разбий порочния кръг! Не кашляй! Дишай!*). Изводът, до който достига С. Ставрева-Доростолска, е, че необходимостта от императивност на изказването се прехвърля върху рекламната листовка, като по този начин фармацевтът остава добронамерен помощник и избягва опасността съветите му да бъдат възприети като намеса в личното пространство на пациента. Тези наблюдения имат съществен принос и за теорията на учтивостта, като представят мястото на императивните изказвания в цялостния контекст на общуването между фармацевтичната компания, брошурата, пациента и фармацевта.

Особеностите на телевизионната реклама на лекарствени продукти са анализирани в пета глава на работата, като по този начин С. Ставрева-Доростолска е разширила обекта на своето изследване. Приносни са наблюденията по отношение на синтактичната структура на изреченията в телевизионната реклама в съпоставка с печатните брошури, както и на мястото на хумора в този тип реклама. Стратегиите за въздействие в телевизионната

реклама са класифицирани в три типа: сюжетни, лингвистични и сетивни. По отношение на лингвистичните средства е подчертано мястото не само на синтактичния, но и на лексикалния аспект на рекламния текст. Подробно е представен изборът на лексикални средства при въздействието върху пациентите (напр. на прилагателни от типа на *бърз, лек, сигурен, природен, ефикасен*). Подчертано е и мястото на метафората и иносказанието в рекламните текстове. Многоаспектният анализ на телевизионната реклама на безрецептурни лекарствени продукти и хранителни добавки в съпоставка с рекламата в печатните брошури дава завършеност на изследването.

3. ОЦЕНКА НА ПЕДАГОГИЧЕСКАТА ПОДГОТОВКА И ДЕЙНОСТ НА КАНДИДАТА

В своята практика като преподавател С. Ставрева-Доростолска е водила лекции и семинарни занятия по български език като чужд в рамките на англоезичното и на българоезичното обучение по медицина в МУ – Варна. Водила е курса „Увод в медицинската терминология“, както и курс по комуникативни умения в рамките на бакалавърската програма за управление на здравните грижи, инспектор обществено здравеопазване, медицински оптик. Това е безспорно доказателство за нейния опит в областта на преподаването на български език за специализирани цели. В работата си като преподавател С. Ставрева-Доростолска прилага съвременните методи на интерактивно обучение, като доказателство за това са електронните курсове, разработени специално за студентите по медицина в МУ – Варна.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С. Ставрева-Доростолска е компетентен специалист с трайни интереси и реални постижения в областта на изследването на съвременния български език, както и на преподаването на български език за специализирани цели. Представените в конкурса за доцент изследвания са приноси, отговарят на нуждите от представяне на актуалната езикова ситуация и се основават на съвременните лингвистични теории в областта на социолингвистиката, психолингвистиката и комуникацията. Въз основа на представените научни трудове с доказани научноприложни приноси и на оценката на цялостната преподавателската работа подкрепям избора на С. Ставрева-Доростолска и убедено препоръчвам на членовете на уважаемото Научно жури да гласуват ЗА това тя да бъде избрана на академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 2.1. Филология (Български език за медицински цели).

15.03.2018 г.

Автор на становището:


доц. д-р Марина Джонова