

Отзыв на
автореферат диссертации Ван Чжо на тему
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ЯЗЫКОВОЙ
ИГРЫ В РЕКЛАМНОМ СЛОГАНЕ»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.02.19 - Теория языка
(ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет», Улан-Удэ, ул. Смолина, 24 а)

Диссертационное исследование Ван Чжо посвящено выявлению стратегического потенциала языковой игры в рекламном слогане. Актуальность данного диссертационного исследования очевидна. За последние годы в современной лингвистике и смежных дисциплинах появилось множество работ, посвященных всестороннему изучению, с одной стороны, рекламного текста, с другой, - многочисленных аспектов языковой игры в различных жанрах. Работа выполнена в русле современного коммуникативно-прагматического и стратегического подхода, кроме того, исследование развивает основные положения концептуальной систематики речи и речевой деятельности (Г.М. Костюшкина, 2009, 2012, 2016, 2018), поскольку ведущей целью автора является развитие систематики стратегического потенциала языковой игры в рекламном слогане.

Огромное количество исследований посвящено рекламному дискурсу, в связи с чем обращение к такой лаконичной форме как рекламный слоган вызывает особый интерес. Представляя собой короткое сообщение о рекламируемом товаре или услуге, слоган направлен на реализацию намерений копирайтера, а вместе с ним и рекламодателя, эффективно воздействуя на потребителя. Создатель слогана, таким образом, непременно сталкивается с проблемой того, как, на примере небольшой языковой структуры успешно воздействовать на адресата.

Ван Чжо убедительно формулирует новизну своего исследования: впервые представлено новое понимание языковой игры как лингвистического феномена, впервые практический материал представлен на материале русского, английского и китайского языков, кроме того, автор впервые рассматривает языковую игру как тактический прием, направленный на реализацию стратегий и тактик рекламодателя, вместе с тем новизна исследования подкрепляется наглядной разработкой системной модели стратегического потенциала языковой игры в рамках рекламного слогана.

Структура работы логична и последовательна: диссертация состоит из введения, трех глав, выводов по главам, заключения, списка источника примеров и библиографии.

Первая глава, традиционно являющаяся теоретической, посвящена изучению предпосылок для исследования языковой игры в рекламном тексте. Обращаясь к многочисленным определениям языковой игры в различных научных контекстах и опираясь на философское понимание языковой игры, автор рассматривает существующие по данной проблематике концепции (концепцию языковой игры как формы человеческой деятельности, эстетическую и лингвистическую концепции). Более подробно проанализирована лингвистическая концепция, которая трактует языковую игру, с одной стороны, в широком и узком смысле, с другой, - в рамках трех языковых концепций (концепция языковой игры как семейного аргю, как речевого жанра и как лингвистического кода). Анализируя данные подходы, автор убедительно формулирует собственное мнение по поводу лингвистического статуса языковой игры. Так, выражается несогласие с определением языковой игры в качестве семейного аргю, т.к. подобное понимание не позволяет конкретно определить лингвистическую природу данного явления. Кроме того, автор высказывает мнение о неправомерности определения языковой игры в качестве речевого жанра, приводя 4 убедительных

положения в пользу подобного понимания рассматриваемого феномена. Так же формулируется мнение о том, что на данном этапе развития лингвистики языковую игру не стоит определять в качестве языкового кода.

Вторая глава «Стратегический подход в лингвистических исследованиях» посвящена выделению основных стратегий языковой игры и их реализации посредством тактических речевых действий. Диссертант опирается на наиболее известные типологии стратегий и тактик О.С.Иссерс, Т.Ван Дейка и Ю.К. Пироговой. Автор дает собственное определение речевой стратегии, при этом понимание такового феномена как «тактика» основывается на определении О.С. Иссерс (Иссерс, 2003). Анализируя специфику рекламного дискурса, в качестве ведущей стратегии языковой игры Ван Чжо определяет манипулятивную стратегию. Данной стратегии подчинены персуазивная, экспрессивно-оценочная и презентативная функции, каждая из которых реализуется в рекламном дискурсе посредством ряда тактик.

Исследование Ван Чжо, методологически подкрепленное в первых двух главах, находит свою практическую реализацию в третьей главе «Концептуальная систематика стратегий и тактик языковой игры в рекламном слогане». Каждая из трех выделенных стратегий, направленных на реализацию более общей манипулятивной стратегии, актуализируется, согласно автору с помощью определённых тактических приемов.

Каждая тактика подкрепляется ярким примером текста того или иного рекламного слогана. Особый интерес вызывают примеры из рекламного дискурса Китая. Хороший контекстный анализ позволяет автору обосновать уместность намеренных орфографических ошибок в слогане, использование противопоставлений, персонификации неодушевленного товара и пр. Данными примерами Ван Чжо убедительно демонстрирует то, что языковая игра обретает свою актуализацию на всех уровнях (фонетическом, графическом, лексико-семантическом, словообразовательном, стилистическом).

В заключении автором схематически представлена системная модель стратегического потенциала языковой игры в рекламном слогане, который наглядно обобщивает теоретические положения автора о том, что языковая игра должна рассматриваться именно как тактический инструмент, направленный на реализацию основных стратегий и тактик в рамках рекламного слогана.

В качестве заключения отметим, что работа написана хорошим научным языком, цели и задачи исследования достигнуты, примеры ярки и убедительны. Представленная к защите диссертационная работа вносит определенный вклад в теоретические аспекты изучения рекламного слогана и языковой игры и имеет высокую практическую значимость для подготовки ряда теоретических курсов по стратегическому потенциалу языковой игры, а также может найти свое успешное применение в сфере копирайтинга.

Вывод:

Анализ содержания автореферата свидетельствует, что диссертация Ван Чжо является самостоятельно выполненной, законченной научно-квалификационной работой, имеющей практическое и теоретическое значение, отвечает требованиям п.9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым к кандидатским диссертациям по специальности 10.02.19- Теория языка.

Автореферат отвечает требованиям о порядке присуждения ученых степеней, а его автор, Ван Чжо, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

22 октября 2018 года

Дахалаева Елизавета Чингисовна, доцент, к.филол. наук, доцент кафедры «Восточные и европейские языки» Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления (ФГБОУ ВО «ВСУТУ»), 670013, Российская Федерация, республика Бурятия, г.Улан-Удэ, ул. Ключевская, 40, строение 1. Телефон: (3012) 43-14-15, e-mail: office@esstu.ru

