

## Отзыв

об автореферате диссертации Лазеевой Натальи Васильевны  
«РЕАЛИЗАЦИЯ НЕПРЯМОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ В  
РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ «ПЕРЕПИСКА С ЧИТАТЕЛЕМ» (на материале англо- и  
русскоязычных глянцевого журналов)», представленной на соискание ученой  
степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория  
языка.

Диссертационное исследование Н. В. Лазеевой, посвященное проблемам весьма сложным и актуальным для современной лингвистики, направлено на изучение механизмов реализации непрямой рекламной коммуникации. Несмотря на постоянный интерес к изучению языковой коммуникации и разнообразие подходов к исследованию этого явления, многие вопросы не разрешены и требуют своего рассмотрения. К таковым относится исследование параметров коммуникации, усовершенствование существующих моделей коммуникации, вопросы интерпретации сообщений и функции языка во взаимодействии коммуникантов. В представленном диссертационном сочинении рассматриваются параметры коммуникации в конкретном речевом жанре, которому присуща некоторая интенция, трансформирующая ход интеракции. Глянцевый журнал как продукт и жанр современной массовой культуры организует особый дискурс, в котором можно проследить значимые для определенной аудитории векторы коммуникации. Обсуждение этих вопросов определяет актуальность диссертационного исследования.

Теоретическая ценность работы и ее научная новизна состоят в том, что:

- проводится исследование непрямой коммуникации с применением диады, основанной на противопоставлении явной и скрытой информации;
- дополнено понятие рекламной коммуникации;
- представлены сведения о типовой интенции в жанре «Переписка с читателем» и о стратегиях перехода к ее манипулятивному аналогу – рекламной интенции;
- сделаны выводы о факторах влияния рекламного дискурса на конкретный речевой жанр;
- в исследовании диалогического взаимодействия рассмотрена регулирующая функция адресанта, выступающего в качестве модератора;
- представлены выводы о невербальном компоненте коммуникации в речевом жанре переписки с читателем.

Особого внимания заслуживает вдумчивый подход Н. В. Лазеевой к методологии исследования. Речь идет о количественном анализе реплик-реакций журналистов, который подтверждает теоретические выводы исследователя. Обширный массив тщательно подобранного аутентичного языкового материала дает основания утверждать, что автору удастся доказать гипотезу исследования.

Также методологически значимым для коммуникативной лингвистики является применение Н. В. Лазеевой модели коммуникации Г. Лассуэлла. Эта

модель, применяемая к исследованию процессов массовой коммуникации, используется в работе в моделировании рекламной коммуникации. При этом автор дополняет эту монологическую модель элементом для включения обратной связи.

При общей положительной оценке работы нельзя не высказать и критическое замечание.

В шестом положении, которое выносится на защиту, диссертант пишет о «диалектическом взаимодействии аргументации и манипуляции», которое является «инструментом реализации рекламной интенции». Описание того, как взаимодействуют аргументация и манипуляция, находим в обзоре второй главы диссертации. Оказывается, что такое взаимодействие происходит при нарушении логических норм и использовании иррациональных способов рассуждения. То есть автор отождествляет манипуляцию с ошибками аргументации и прямо пишет об этом на стр. 18: «под применением преднамеренных аргументативных ошибок в процессе коммуникации понимается использование манипуляции».

Это утверждение с точки зрения теории аргументации является, по меньшей мере, сомнительным. Ведь традиция исследования ошибок аргументации построена на том, что ошибочный аргумент (в том числе и преднамеренный) все же является аргументом и принадлежит сфере аргументации, тогда как манипуляция представляет собой технику воздействия, в которой стадия аргументации или «дискурс согласования» (в терминах А.М. Каплуненко [Каплуненко, 2006]) опускается. Почему автор не счел нужным привести доказательство идеи о том, что ошибки аргументации являются манипуляцией или указать соответствующие работы, где есть такая идея (при том, что в работе имеются длинные прямые цитаты при разработке других теоретических построений на с. 9, 10, 14)?

Недостаточная обоснованность указанного нами утверждения ведет и к некоторым недостаткам в описании тактик манипулирования. Например, аргумент к авторитету, в котором реализуется сравнительная схема аргументации (нет единого мнения, считать такой аргумент ошибочным, или нет), автор рассматривает как манипуляцию, направленную на осуществление скрытого воздействия на читателей. Также вызывает возражение то, что автор причисляет использование эпитетов, фразеологизмов, экспрессивной лексики, речевых фигур в аргументах (а это типичные риторические аргументы [Волков, 2009]) к манипулятивным приемам.

Выражаем надежду на то, что в тексте диссертации имеются более подробные объяснения и доказательства.

Учитывая актуальность представленной работы, вклад автора в разработку, безусловно, сложных теоретических и прикладных вопросов лингвистики, следует признать, что диссертация «Реализация непрямо́й рекламной коммуникации в речевом жанре “Переписка с читателем” (на материале англо- и русскоязычных глянце́вых журналов)» достойна высокой

оценки, а ее автор, Наталья Васильевна Лазеева, заслуживает присуждения  
искомой ученой степени по заявленной специальности.

20 августа 2019 года

Кандидат филологических наук (10.02.19),  
доцент кафедры иностранных языков  
ФГБОУ ВО «Байкальский  
государственный университет».

Контактные данные: 664003, г. Иркутск,  
ул. Ленина, д. 11.

Тел.: 8 (3952) 5-0000-8

Электронный адрес: [svirel23@rambler.ru](mailto:svirel23@rambler.ru)

/ Наталья Сергеевна Баребина



Подпись	<i>Баребиной НС</i>
	удостоверяю
	<i>без учета карьеры</i> ФГБОУ ВО «БГУ»
	<i>Наталья Сергеевна Баребина</i>
	«26» 08 20 19 г.