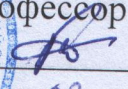


УТВЕРЖДАЮ

проректор по научной работе
ФГБОУ ВО «Челябинский
государственный университет»,
доктор физико-математических
наук, профессор




И.В. Бычков
2019 г.

Отзыв

ведущей организации – федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Челябинский государственный университет» – о 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

Кандидатская диссертация Натальи Васильевны Лазеевой посвящена изучению механизмов трансформации речевых жанров в дискурсе глянцевого журналов. В соответствии с предметом исследования и в связи с современными тенденциями в лингвистике работа носит междисциплинарный характер и выполнена в русле медиалингвистики, коммуникативной лингвистики и жанроведения. Автор выявляет способы реализации непрямой рекламной коммуникации и их роль в модификации основных параметров речевого жанра «Переписка с читателем» в гендерно ориентированных англо- и русскоязычных глянцевого журналах.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей социальной ролью глянцевого журналов как инструмента формирования общественного сознания и социализации в условиях глобализации с целью воспитания «просвещенного потребителя» для продвижения брендовых товаров и услуг и в связи с этим интересом современной лингвистики к дискурсу глянцевого журналов; недостаточной изученностью специфики используемых в глянцевого журналах стратегий и механизмов воздействия на реципиентов; необходимостью изучения механизмов проникновения и влияния рекламы на другие речевые жанры и виды дискурса.

Научная новизна определяется разработкой одной из моделей коммуникации в рамках речевого жанра «Переписка с читателем», поскольку генезис и функционирование вторичных и модифицированных жанров в современной лингвистике исследованы недостаточно. Кроме того, новизна обусловлена изучением взаимодействия разных видов дискурса, механизмов непрямого рекламного воздействия, формирования гендерных стереотипов и социальных стандартов.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в углублении теоретических представлений о речевом жанре «Переписка с читателем» в дискурсе глянцевого журнала. Основные положения и результаты работы вносят существенный вклад в развитие теории дискурса, теории речевого воздействия, жанроведения, изучение стратегий манипулирования.

Практическая ценность работы связана с возможностью использования методики анализа в других вторичных жанрах медиадискурса.

Результаты исследования могут найти применение в учебных курсах по коммуникативной лингвистике, медиадискурсу, межкультурной коммуникации, функциональной стилистике, в спецкурсах по рекламному дискурсу, манипулятивным стратегиям и тактикам в публикациях СМИ.

В ходе исследования достигнуты следующие основные результаты:

- получены новые данные о влиянии глобализации на современное дискурсивное пространство;
- охарактеризованы параметры коммуникации в рамках речевого жанра «Переписка с читателем», определены его жанрообразующие признаки;
- выявлены механизмы модификации речевого жанра «Переписка с читателем» в результате влияния рекламной интенции в дискурсе глянцевого журнала;
- описаны ситуации взаимодействия коммуникантов в рамках данного жанра;
- проанализировано использование стратегий и тактик речевого воздействия как инструментов реализации рекламной интенции в рамках жанра «Переписка с читателем».

Достоверность результатов исследования подтверждается его обширной эмпирической базой, опорой на авторитетные теоретические источники, использованием методов и методик, соответствующих целям и задачам исследования, полноценной апробацией работы.

Работа содержит все необходимые структурные части и состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

В первой главе рассматриваются теоретические основы диссертационного исследования: понятия речевого жанра, дискурса

глянцевых журналов, модели коммуникации, рекламной коммуникации; устанавливаются жанрообразующие признаки речевого жанра «Переписка с читателем», который определяется как диалогический жанр малой формы нефатической сферы общения с ведущей типовой интенцией «Получение совета» от журналиста; выявляется набор основных компонентов, включающий участников коммуникации, цель, правила взаимодействия, условия коммуникации. Следует отметить компетентность автора, проявившуюся в содержательности обзоров работ об особенностях дискурса глянцевого журнала, о конститутивных признаках речевых жанров, их типологии и моделировании. Особый интерес представляет рассмотрение дискурса глянцевого журнала в рекламном аспекте и анализ влияния рекламы на тематическое своеобразие рассматриваемого жанра.

Во второй главе в ходе исследования речевого жанра «Переписка с читателем» в дискурсе глянцевого журнала выявляются изменения параметров данного жанра под влиянием рекламных интенций. На многочисленных примерах автор убедительно показывает, как происходит подмена типовой интенции совета рекламной интенцией и вследствие этого смена ролей коммуникантов: с роли журналиста на роль модератора и с роли читателя на роль потенциального покупателя.

Значительное место в главе отводится анализу различных аспектов диалектического взаимодействия аргументации и манипуляции, подробно исследуются механизмы манипуляции, которая, по мнению автора, возникает вследствие преднамеренных аргументативных ошибок. Особенно тщательно автор анализирует манипулятивные тактики, среди которых манипуляция имиджем и авторитетом адресанта, подачей информации о предмете рекламы, чувствами и потребностями адресата, а также речевые приемы и выражающие их языковые средства.

Заключение адекватно отражает результаты проведенного исследования.

Достоверность и обоснованность полученных результатов подтверждается значительным объемом исследованного материала, адекватным использованием совокупности исследовательских методов и приемов, количественными данными, представленными в многочисленных таблицах и схемах. Содержание работы отличается четкой структурой, логичным изложением, убедительной трактовкой эмпирического материала, квалифицированным лингвопрагматическим анализом.

Диссертация является целостным самостоятельным исследованием, все задачи которого решены, защищаемые положения доказаны. Тем не менее, после знакомства с работой у нас возникли некоторые вопросы и замечания:

1. Автор убедительно демонстрирует механизмы манипуляции, используемые в данном речевом жанре, однако трудно согласиться с тем, что они являются скрытыми. Мы разделяем мнение автора о том, что рекламная информация в ответной реплике журналиста является вторичной по отношению к интенции совета. Однако можно ли считать, что в данном речевом жанре происходит сокрытие рекламной интенции? Судя по многочисленным примерам, приведенным в диссертации, рекламное сообщение является полноценным, часто развернутым, сопровождается ссылками и иллюстрациями; реклама напрямую влияет на сознание, а не только на подсознание реципиента. По нашему мнению, прагматическая ситуация совета служит не столько для маскировки, сколько для сближения и уменьшения дистанции между коммуникантами, создания атмосферы доверия и надежности.

2. Исследуемый материал предоставляет отличные возможности для описания специфики гендерного коммуникативного поведения, однако этот аспект освещен, на наш взгляд, недостаточно. Проявляется ли он только на уровне тематики текстов или, например, также при выборе аргументации или приемов манипуляции?

3. На стр. 99 диссертации автор пишет, что под манипуляцией в процессе коммуникации в речевом жанре «Переписка с читателем» понимается применение преднамеренных аргументативных ошибок: *argumentum ad verecundiam* ('аргумент к авторитету'); *argumentum ad populum* ('аргумент к популярному мнению'). На наш взгляд, словосочетание «преднамеренная ошибка» является оксюмороном, а аргументы к авторитету, к популярному мнению и т.д., относятся к распространенным риторическим приемам, являющимся вполне легитимными в тех случаях, когда при их помощи не происходит подмены основного тезиса.

4. Неоднозначным нам видится также использование словосочетания «цифровая информация» при описании тактики манипулятивной подачи информации о предмете рекламы (стр. 132). В диссертации под цифровой понимается информация, содержащая какие-либо числовые показатели (стоимость товара, количество ингредиентов, компонентов и пр.), в то время как данное понятие традиционно используется в сфере информатики и обозначает дискретный способ хранения информации в противовес непрерывному, аналоговому.

5. На стр. 144 некорректно описаны данные Таблицы 7 «Количественный анализ подписей читателей при обращении с вопросами в редакции журналов». Автор констатирует существенные различия в превалировании тех или иных типов подписей в женских и мужских журналах. Например, анонимные обращения составляют 91,2% *от общего*

количества подписей в женских журналах, а в мужских журналах – лишь 3%. Возникает вопрос, почему далее при интерпретации данных, представленных в таблице, автор просто суммирует полученные процентные показатели в женских и мужских журналах, так что мы получаем 94,2% анонимных обращений во всех журналах. Процентные показатели по другим наиболее распространенным типам подписей в женских и мужских журналах также суммируются автором (20,1%, 26,4%, 28,6%), что составляет 75,1%. Таким образом, только по наиболее распространённым типам подписей имеем в сумме 169,3%, что существенно превышает 100% (общее количество подписей во всех журналах). Мы считаем, что для выявления общих процентных показателей автору необходимо было суммировать не процентные показатели, а числовые, взяв за 100% общее количество подписей во всех журналах и установив процентное соотношение по их типам без дифференциации по гендерному принципу. В таком случае, например, общий процент анонимных обращений, безусловно, не был бы таким высоким.

Все высказанные вопросы и замечания носят исключительно частный или дискуссионный характер, вызваны интересом к теме исследования и никак не влияют на общую высокую оценку диссертационного исследования Н.В. Лазеевой.

Автореферат соответствует содержанию диссертации и с достаточной степенью полноты отражает основные положения работы. Диссертация прошла серьезную апробацию на международных и всероссийских научных конференциях. По теме исследования опубликовано 12 работ, из них 4 – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Содержание основных положений диссертации соответствуют следующим пунктам Паспорта специальности ВАК РФ 10.02.19:

1. Теоретическая лингвистика: Язык и коммуникация. Отражение коммуникативных целей в структуре языка.

5. Синтаксис: Коммуникативная организация высказывания. Коммуникативные типы высказываний.

6. Семантика: Смысл высказывания как вся та информация, которую вкладывает в него говорящий и которую должен извлечь из него адресат. Буквальный смысл высказывания и его актуальный смысл в данной ситуации общения. Прямой и косвенный способы передачи смысла.

7. Дискурс: Дискурс и диалог. Жанры и типы дискурса.

Считаем, что диссертационное исследование Лазеевой Натальи Васильевны «Реализация не прямой рекламной коммуникации в речевом жанре «Переписка с читателем» (на материале англо- и русскоязычных глянцевого журналов)», представленной на соискание ученой степени

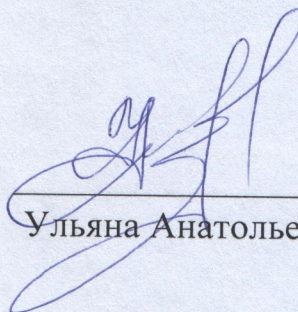
кандидата филологических наук, является оригинальным научным исследованием, полностью соответствующим критериям, изложенным в пп. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 (в редакции от 28.08.2017), а его автор Лазеева Наталья Васильевна заслуживает присуждения ученой степени по научной специальности 10.02.19 – теория языка.

Отзыв составлен

доктором филологических наук профессором кафедры романо-германских языков и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» Азначеевой Еленой Николаевной;
кандидатом филологических наук, доцентом кафедры романо-германских языков и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» Подъяпольской Ольгой Юрьевной.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Челябинский государственный университет» (29 августа 2019 г., протокол № 1).

Заведующий кафедрой
романо-германских языков
и межкультурной коммуникации
кандидат филологических наук,
доцент



Ульяна Анатольевна Жаркова

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет»

Адрес: 454001 г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129

Телефон / факс +7 (351) 742-09-25 e-mail: odou@csu.ru

Официальный сайт в сети Интернет www.csu.ru



Подпись

Подпись

Жаркова

А. А. А. А.

составлен по кардам

