

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА
о диссертации Соколовой Ольги Викторовны
«Дискурсы активного воздействия: теория и типология»,
представленной на соискание ученой степени
доктора филологических наук
Специальность 10.02.19 — Теория языка (филологические науки)

Рецензируемая диссертация очень своевременна и актуальна. Во-первых, она посвящена анализу дискурсов, а именно изучение дискурса сейчас находится в центре внимания лингвистики и смежных с ней наук. Во-вторых, в работе исследуются дискурсы активного воздействия (авангардный, рекламный и PR-дискурсы), т.е. акцент делается на прагматическом аспекте коммуникации, когда на первый план исследования выдвигаются те языковые средства, которые направлены на активизацию восприятия адресата. В-третьих, анализируемые дискурсы изучаются в сопоставлении и взаимодействии, причем в диахроническом и синхронном планах.

Целью работы является выделение таких признаков исследуемых дискурсов, которые дают основание, с одной стороны, объединить их в одну группу, с другой – выявить специфические характеристики каждого из них через изучение их в сравнении и взаимодействии. Такая постановка вопроса требует использования не только собственно лингвистических методов (лингвостилистического, лингвопоэтического, коммуникативного, когнитивного), но и привлечения семиотического, философского и культурологического подходов. Диссертация О.В. Соколовой в целом очень насыщена как теоретическими выводами, так и прекрасным иллюстративным материалом.

Новаторским является уже само объединение авангардного, рекламного и PR-дискурса в одну группу на основании установки на первичное коммуникативное неприятие со стороны адресата, нивелирование дистанции между адресатом и адресантом и повышение прагматического эффекта, возникающего за счет стимуляции творческой активности адресата. Эта творческая активность порождается путем использования неконвенциональных языковых средств, которые заставляют адресата восполнять смысловую целостность сообщения самостоятельно. Такая организация языкового материала определяется в диссертации как манипуляция, включающая в себя два этапа. Необходимо подчеркнуть, что само выделение двухэтапной модели манипуляции, наблюдающейся в поэтическом авангарде, PR- и рекламе, определяет специфику этих дискурсов и отличает их от других манипулятивных дискурсов. На первом этапе языковые единицы, порождающие когнитивный диссонанс, способствуют реализации механизма разрушения привычных моделей интерпретации, что инициирует творческую активность адресата. Этот этап характеризует все рассматриваемые дискурсы. На втором этапе, который характеризует рекламный и PR-дискурс, создаются новые модели восприятия с целью формирования такой точки зрения адресата, в которой заинтересован адресант.

В диссертации впервые в полном объеме изучается и феномен междискурсивного взаимодействия, который показан как конкретный процесс, происходящий на протяжении XX-XXI вв. и имеющий место сегодня. В работе дается определение междискурсивного взаимодействия и показывается, что оно осуществляется между дискурсами, которые имеют типологическое сходство и оказывают влияние друг на друга при параллельном

развитии. В связи с этим диссертантка выделяет три типа междискурсивного взаимодействия, которые соотносятся с тремя периодами развития исследуемых дискурсов: интерференцию, контаминацию и монтаж. Весьма подробно в работе изучен первый этап (конец XIX в. – конец 1910-х гг.), когда возникает интерференция дискурсов, в ходе которой рекламный дискурс оказывает влияние на формирование футуризма как авангардного дискурса, при этом порождается модель отрицательной коммуникации. Очень разносторонне и на материале разных языков исследован второй этап (конец 1910-х гг. – 1930-е гг.), когда взаимодействие дискурсов приобретает вид контаминации. На этом этапе создаются синтетические жанровые формы (реклам-стихи, агитпоэмы) в результате освоения другими дискурсами приемов авангарда, при этом вырабатывается стратегия коммуникативной интеграции. Не менее ценным представляется и анализ третьего этапа (II пол. XX в. — 2010-е гг.), который характеризуется монтажом дискурсов, когда они открыто влияют друг на друга, вводятся новые семиотические коды и расширяется класс референтных ситуаций, при этом восстанавливается модель отрицательной коммуникации. Эти периоды выделяются на основе исследования параллельного развития дискурсов русского авангарда, в связи с чем диссертанткой строится график, включающий ключевые для России исторические даты XX в., повлиявшие на развитие этих дискурсов. На графике отражены основные этапы развития русского авангарда во взаимодействии с рекламой, агитацией, пропагандой и PR.

Однако исследование не ограничивается только русским материалом, а для системного анализа привлекается материал англо-, немецко- и италоязычных текстов XX–XXI вв., на котором также демонстрируется явление междискурсивного взаимодействия, что обусловлено общностью ряда дискурсивных процессов.

Как в проблематике, так и в структуре диссертации прослеживается стремление автора к всестороннему изучению каждой из проблем, что подтверждается сопоставительным аспектом исследования, выбранным как в отношении дискурсов в целом, так и в отношении их манифестации на разных языках и посредством разных семиотических кодов. Например, исследование выделенной в работе контаминации дискурсов на втором этапе их взаимодействия подробно анализируется на материале манифестов итальянского футуризма, что позволяет впервые описать значимые процессы в словообразовании, наблюдаемые в синтетических, или гибридных, текстах, созданных на границе поэтического и агитационного дискурсов. Наиболее интересна выявленная модель сращения, специфика которой заключается в том, что такое словообразование не приводит к соединению понятий, они сохраняют свои индивидуальные значения и образуют множественные семантические связи (ср. названия блюд типа: *peralzarsi* ‘чтобывстать’, *percazzottare* ‘чтобыдраться’...). Показательны также выявленные особенности концептуализации приставок *con-* и *dis-*, которые маркируют семантику родственности/противопоставленности (типа *conprofumo*, *disprofumo*) и своеобразно компенсируют не существующие в языке модели.

Особое внимание уделяется креолизированным текстам, что связано с полимодальной организацией выбранных для анализа типов текстов. О.В. Соколова иллюстративно доказывает, что художественный авангард 1910-х гг. оказал влияние на формирование рекламного плаката начала XX в. и современные PR- и рекламные жанры. Анализируя различия супрематизма и конструктивизма, диссертантка делает справедливый вывод о том, что ес-

ли «супрематизм больше повлиял на рекламу и PR, ориентированные преимущественно на фасцинирующее воздействие и эмоциональное восприятие», что используется в текстах, апеллирующих к молодежной аудитории, то «совмещение фасцинирующей и информативной функции, реализуемой с помощью включения цитат как знаков «авторитетных» текстов, делает традицию конструктивизма популярной при создании современных политических плакатов многих партий, ориентированных на более широкую аудиторию» (на сс. 396-397 диссертации).

Отмечая большую научную эрудицию О.В. Соколовой и ее склонность к междисциплинарному подходу, можно заметить и некоторую перегруженность работы терминологией в связи с обращением к теории вопроса. С учётом того, что в исследовании соединяются различные подходы (лингвопоэтический аспект, дискурс-анализ, когнитивный и коммуникативный подходы), такое погружение в историю отдельных вопросов и проработка теоретической базы в ряде случаев представляются излишними.

Принципиально важно, что в диссертации выделяются основные когнитивные механизмы, характерные для дискурсов активного воздействия и коммуникативные стратегии поэтического авангарда, рекламы и PR.

Основным когнитивным механизмом для всех дискурсов активного воздействия является перефокусирование, которое состоит в смещении вербализованного фокуса по отношению к ожидаемому и в выдвигании в фокус восприятия неконвенциональных языковых средств, вызывающих нарушение формально-смысловой связности между языковыми элементами, что предполагает самостоятельное достраивание образа объекта адресатом.

Диссертантка также выделяет и общие коммуникативные стратегии дискурсов активного воздействия, к числу которых относятся деавтоматизация и автоматизация. Стратегия деавтоматизации характеризует все три дискурса, и она реализуется через активизацию восприятия адресата и вовлечение его в интеракцию путем намеренно создаваемых «помех», часто провоцирующих отрицательную реакцию. Стратегия автоматизации характерна только для рекламы и PR, и она ориентирована на пассивизацию восприятия адресата, на преодоление коммуникативного конфликта и передачу имплицитно выраженной информации.

Кроме общих когнитивных механизмов и коммуникативных стратегий в работе выделяются частные, которые связаны со спецификой отдельных дискурсов и способом их взаимодействия. Так, для авангардного дискурса, который в работе определяется как дискурс, направленный на «формирование нового художественного языка посредством нарушения устойчивых конвенциональных языковых связей» (с.86 диссертации), характерна коммуникативная стратегия автокоммуникации, а также когнитивный механизм размывания точки зрения при двойной адресации. Это связывается диссертанткой с тем, что авангардная коммуникация ориентирована на нарушение принципа кооперации: адресат необходим для совершения интеракции и в то же время он «вытесняется» за пределы речевого акта, что дает возможность обозначить его как минус-адресата. Такая коммуникация и в целом в работе называется отрицательной.

Несомненно, находкой автора стало выявление такой особенности авангардной коммуникации, как сочетание стратегий автокоммуникации и деавтоматизации, что выража-

ется в совмещении приемов интерсубъективации (вопросительные конструкции, обращения) с приемами размывания точки зрения (маркеры прагматической определенности, окказиональная лексика, фоносемантические средства), как у Г. Айги, у которого задействуется также механизм перефокусирования: *а звезды / там / чисты (и вечными будут / если / Время отменится) чисты /бесчисленны и одиноки — и это/ глаза Велимира / Последнего/ Первого* (на с. 313). Как пишет О.В. Соколова на с. 295, стратегия автокоммуникации сочетается со стратегией деавтоматизации, «поскольку, в отличие от других типов поэтических дискурсов, для авангарда характерна прагматическая ориентация, связанная с вовлечением адресата (минус-адресата) в интеракцию». При общем согласии с выявленной коммуникативной стратегией, все-таки хотелось бы обсудить саму возможность существования «отрицательной коммуникации» и «минус-адресата». В самых терминах «отрицательная коммуникация» и «минус-адресат» кроется некоторое противоречие, поскольку коммуникация в авангарде все-таки осуществляется, а адресат все-таки присутствует. Может быть, стоило подобрать более удачный термин?

Необходимо отметить, что безусловным достоинством работы является формирование четкого списка коммуникативных тактик, характерных для выявленных коммуникативных стратегий и позволяющих рассматривать авангардную поэзию, рекламу и PR как дискурсы активного воздействия. Диссертантка обозначает коммуникативные тактики, основываясь на языковых приемах, которые стимулируют творческую активность адресата, выделяя тактики деконвенционализации и конвенционализации, языковой компрессии, полимодальности, или поликодовости, межмодусной мобильности и межъязыкового взаимодействия.

Надо сказать, что авангардный дискурс вообще находится в центре диссертационного исследования О.В. Соколовой, и именно по отношению к нему рассматриваются другие дискурсы активного взаимодействия. Диссертантка считает, что именно разработанные историческим авангардом коммуникативные стратегии и языковые приемы (*деавтоматизация, остранение*), которые обуславливают нарушение алгоритмизованных моделей интерпретации объекта и нацелены на формирование отрицательной реакции адресата, представляют собой «экспериментальную модель», отражающую взаимодействие когнитивных, коммуникативных и языковых факторов.

Важным и обоснованным можно считать вывод О.В. Соколовой об универсальности выявленных в работе когнитивных механизмов и коммуникативных стратегий. Однако иногда выбранные примеры вступают в некоторое противоречие с теоретическими положениями, в частности это касается современного авангарда 2-й половины XX-начала XXI века: ряд постфутуристических стихотворений, в которых заимствуются языковые приемы, разработанные в футуризме, не всегда соответствует выявленным моделям (типа: *добиться полного уни / что же ни я / <...> услышать / резкий вскрик буквы / Я* (С. Бирюков на с. 311) (мы имеем в виду прием сегментации с целью формирования окказиональных способов введения элементов персонального дейксиса). В этом плане более репрезентативными являются тексты поэтов, которые, отталкиваясь от традиций раннего авангарда, не останавливаются на формальном приеме, но, намеренно отступая от нормы, развивают творческий потенциал языка (например, проанализированные в работе тексты Г. Айги, А. Сен-Сенькова, Н. Скандиаки и др.). Возможно, автору стоит сделать следующий шаг и на

основании предложенного в работе механизма не причислять автоматически всех авторов, объявляющих себя постфутуристами, к авангарду, а разграничить тексты, в которых реализуется данный когнитивный механизм, от тех, в которых он не реализуется. Более того, выявленный когнитивный механизм является значимым как для теоретической лингвистики, так и для изучения поэтического текста, поскольку служит основанием для новой таксономии поэтических направлений в современном культурном контексте на основании языковых особенностей.

Кроме того, на этом основании следовало бы расширить материал исследования анализом текстов концептуалистов. В работе проанализированы тексты ведущих представителей концептуализма – Т. Кибирова, Л. Рубинштейна и др., – в когнитивном аспекте, что позволило диссертантке выявить как общий когнитивный механизм перефокусирования, так и частные механизмы: например, «механизм субъективации и смены траектории сканирования в концептуалистском комментарии Л. Рубинштейна к фотоальбому под названием "Это я"». Тем не менее анализ более обширной подборки позволил бы выделить авангардные тексты на современном этапе междискурсивного взаимодействия.

Исключительно интересной в диссертации для меня как для специалиста в области лингвистической поэтики оказалась четвертая глава исследования, в которой межуровневое взаимодействие анализируется в аспекте выявления доминанты, или доминантного уровня. Это понятие рассматривается, с одной стороны, как уровень, «выступающий в роли триггера, который активизирует межуровневое взаимодействие языковых единиц. При этом остальные уровни либо также включаются в общий процесс трансформации, либо участвуют в формировании функционально-семантического контекста» (с. 458-459); с другой стороны, на этом уровне происходит языковой эксперимент; и, наконец, в роли доминанты может выступать ключевой языковой прием, используемый для создания прагматического эффекта и провоцирующий изменения на других уровнях языка (паронимическая аттракция, полисемия, неологизация и др.). Так, анализируя фоносемантическую доминанту на материале манифестов раннего авангарда и «Лефа», О.В. Соколова делает вывод о том, что доминанта здесь одновременно выполняет текстообразующую функцию, влияя на активизацию межуровневого взаимодействия, и оказывает прагматическое воздействие на адресата. Более того, разграничение специфики фоносемантических приемов в раннем авангарде и авангарде 1920-30-х гг. позволяет диссертантке сделать очень важный вывод о различии прагматических интенций на этих двух периодах развития авангарда. На первом этапе интерференции дискурсов фоносемантический диссонанс используется для достижения прагматического эффекта деавтоматизации восприятия адресата и реализуется в отступлении от языковых норм на других языковых уровнях, запуская употребление неологизмов, инверсию и аграмматизм: *Слово-новшество, Самовитое слово; увеличение словаря в его объеме произвольными и производными словами; из банных веников сделанный вами Венок; Или на них зори неведомых красот?*

По мнению исследовательницы, через анализ фоносемантической доминанты проявляется своеобразие авангарда периода контаминации дискурсов («Леф», «Новый Леф»), когда фоносемантический диссонанс уравнивается обилием лексических повторов и параллельных синтаксических конструкций и императивных форм, оказывающих иное –

внушающее, манипулирующее – воздействие на адресата. На с. 465-466 диссертации О.В. Соколова отмечает, что «здесь аллитерированными оказываются формы изъявительного наклонения с оттенком призывности: *Мы будем бороться; мы будем бить в оба бока; Мы будем бить в один, в эстетический бок*; а также «как более эффективное средство воздействия и мобилизации адресата» отмечаются различные формы повтора, что широко распространено в тексте «лефов»: *Классики национализировались. / Классики почитались единственным чтивом. / Классики считались незабываемым, абсолютным искусством. / Классики медью памятников.*

В последней главе также рассматриваются лексико-семантические, словообразовательные и грамматические доминанты. Анализируя синтаксические доминанты, О.В. Соколова классифицирует типы «синтаксической зауми», рассматривая «синтаксис как части общих процессов, ориентированных на разрушение конвенционального словоупотребления» (с. 536). Это 1) неконвенциональные способы использования знаков препинания в авангардных поэтических, PR- и рекламных текстах (отказ от пунктуации, знаковая избыточность и эмансипация пунктуационных знаков); 2) эмансипация строк и отдельных языковых единиц в поэтическом тексте, например, использование **транспозиции** в стихотворении В. Маяковского: *У- / лица. / Лица / У / догов*; или транспозиция, которая возникает при интеграции разных языков в границах одного слова в текстах Ю. Джоласа, написанных на «универсальном языке»; 3) общая для этих типов текстов тенденция к расчленению, которая реализуется в приемах сегментации слова, концептуализации отдельных компонентов и включении в сообщение графических элементов, что активно используется как в авангардной поэзии (*ГОЛУБИзна / ибисы / сойки / плещут: / ВОЛ(ю)НА ВОЛ(ю)НА ВОЛ(ю)НА / ВОЛЮ!* [Альчук 2009]), так и в рекламных текстах (*Комсомольская правда!*); 4) соединение тенденций к расчленению и синтезу, что наблюдается в создании дефисных комплексов, как в текстах Г. Айги: *пылает страна: наконец-то Огнем-Своей-Сущности-Ревом-Мильонным*; 5) использование эллиптических конструкций (*...вам я / душу вытасу, / растопчу, / чтоб большая! – / и окровавленную дам, как знамя* в стихотворении В. Маяковского; *Turns water into care* в рекламе «Marie Claire») и приемов парцелляции для реализации стратегии деавтоматизации.

Теоретическая значимость диссертационного исследования О.В. Соколовой определяется тем, что в нем выделяются основные когнитивные механизмы, характерные для дискурсов активного воздействия, и коммуникативные стратегии поэтического авангарда, рекламы и PR. С опорой на особенности языковой реализации интенций поэтического авангарда, рекламы и PR когнитивные механизмы и коммуникативные стратегии четко соотнесены, что является вкладом как в теорию дискурса, так и в развитие когнитивно-дискурсивного подхода и позволяет открыть собственное направление в типологии дискурса. Нельзя не сказать, что многочисленные исследования поэтического языка, поэтического текста и дискурса выработали уже ставшие традиционными подходы и методы анализа. Новый подход, представленный в работе О.В. Соколовой, является несомненной заслугой автора. Он позволяет не только раскрыть новые свойства поэтического языка, но и показать, что изучение языка поэзии может способствовать пониманию когнитивных механизмов. Практическая ценность работы состоит в возможности применения её результатов в дальнейших научных исследованиях по дискурсивной лингвистике, в преподавании

теории дискурса, лингвопоэтики, теории и практики рекламы, связей с общественностью, а также в написании учебных пособий и методических рекомендаций по данным дисциплинам.

В целом диссертация О.В. Соколовой является законченным научно-исследовательским трудом, выполненным автором самостоятельно на высоком научном уровне. Диссертацию отличает продуманность композиции, выверенность языка изложения. Наблюдения и выводы достаточно ярко и убедительно иллюстрируются как языковым, так и визуальным материалом. В рамках работы проведен также эксперимент по определению степени лояльности адресата к рекламному тексту, что позволило подтвердить основные положения диссертации.

Автореферат и публикации полностью отражают содержание диссертации. Диссертация на тему «Дискурсы активного воздействия: теория и типология» полностью соответствует п.9 Положения о порядке присуждения ученых степеней ВАК Минобрнауки РФ, а ее автор, Соколова Ольга Викторовна, заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка (филологические науки).

Доктор филологических наук,
главный научный сотрудник
Института русского языка
им. В.В. Виноградова РАН

Н.А. Фатеева

Контактные данные

Фатеева Наталья Александровна,
доктор филологических наук, главный научный сотрудник
Специальность 10.02.01. – Русский язык
Адрес места работы и телефон:
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН
119019, Москва, ул. Волхонка, д. 18/2.
Телефон: +7 (495) 695-26-60
Сайт: <http://www.ruslang.ru>
e-mail: nafata@rambler.ru

