

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА
по диссертации СОКОЛОВОЙ Ольги Викторовны
на тему: «Дискурсы активного воздействия: теория и типология»
на соискание ученой степени доктора филологических наук
по специальности 10.02.19 – Теория языка (филологические науки),
Москва 2015

Диссертация Соколовой О.В. посвящена изучению форм междискурсивного взаимодействия и факторов, такое взаимодействие обуславливающих. Для достижения поставленных целей автор рассматривает когнитивные механизмы и связанные с ними языковые средства, характерные для рекламного дискурса, PR-дискурса и авангардного поэтического дискурса. В центре внимания автора исследования находится функция воздействия на получателя информации, которую выполняют эти столь разные (на первый взгляд) разновидности дискурса. Работа выполнена на материале русского языка с привлечением материалов английского, итальянского и немецкого языков. В исследовании также реализуется диахронический подход: анализу подвергаются дискурсы конца XIX – начала XXI века.

Актуальность исследования, предпринятого Соколовой О.В., и *новизна научных результатов*, полученных в ходе разработки проблемы, определяются новым подходом к рассмотрению структуры и семантики дискурса. Несмотря на то, что в современной лингвистике стало привычным упоминание о когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания, которая занимает в настоящее время лидирующее положение, исследования, посвященные дискурсу, в основном, однотипны – в них предлагаются разные классификации видов дискурса и описываются языковые особенности каждой из подобных разновидностей. При этом типология дискурсов обычно проводится на чисто теоретических основаниях, а языковые средства, характерные для разных типов дискурса, далее не сравниваются. Исследование Соколовой О.В. строится по совершенно иному принципу: автор идет от типов междискурсивного взаимодействия и коммуникативных стратегий к принципам выбора языковых средств, используемых в разных дискурсивных практиках, от прагматических установок к производимым текстами эффектам и, следовательно, от когнитивных оснований формирования дискурса к типологии дискурсов.

Кроме того, *актуальность* исследования определяется тем, что для анализа выбираются те типы дискурса, которые обладают высокой степенью вариативности. Фактически, наиболее устойчивой частью когнитивных программ, лежащих в основе рекламного дискурса, PR-дискурса и авангардного поэтического дискурса, является поиск новых способов языкового оформления высказывания, новых форм привлечения внимания получателя информации, а также новых механизмов реализации

прагматических установок автора. Такие постоянно развивающиеся и постоянно меняющиеся разновидности дискурса являются не только интересным материалом для изучения, но и ключом к выявлению закономерностей и оснований выбора языковых средств в ходе речевой деятельности, что необходимо для последующего моделирования процессов формирования и понимания текстов.

Научная новизна результатов диссертации Соколовой О.В. во многом связана с новизной подхода к языковому материалу. Основные направления, по которым распределяются новые результаты, могут быть суммированы следующим образом:

- Установлено, что определяющей при формировании дискурса является не абстрактная «стилевая норма», а целевая установка автора на оказание определенного воздействия на получателя информации. В диссертации Соколовой О.В. это воздействие фиксируется как «активное», но скорее может быть обозначено как «инвазивное», многовекторное, в целом направленное на преодоление коммуникативного неприятия со стороны реципиента (см. Пункты 1,2 Положений, выносимых на защиту). Таким образом, в диссертации последовательно доказывается динамический аспект формирования дискурса в условиях взаимодействия и взаимопроникновения разных видов дискурсивных практик.
- Показано, что именно прагматическая установка автора дискурса определяет выбор языковых средств и активизацию креативного компонента дискурсивной деятельности (реализацию стилистических приемов, выразительных средств и «языковой игры» в более широком смысле).
- В рассмотрение практически впервые вводится представление не только о междискурсивном взаимодействии (П.3 Положений...), но о разной степени активности междискурсивного взаимодействия на разных этапах развития языковой системы (П.4 Положений...). Действительно, идея парадоксальной близости рекламного дискурса и поэзии (не только авангардной) достаточно часто встречается, например, в американской лингвистической традиции (см. S.I. Hayakawa & Alan. R. Hayakawa. Language in Thought and Action. 1st – 5th ed. US: HBJ Publishers, 1940 – 1990. p. 161 – 170). Однако, как показано в работе Соколовой О.В., подобная близость обусловлена не просто использованием образности в рекламе и не реализацией в рекламе «поэтической функции», но внутренними когнитивными процессами взаимодействия между отправителем информации и получателем информации и поиском наиболее адекватных способов воздействия на аудиторию (П. 5 – 7 Положений...).
- Впервые показано, что характер междискурсивного взаимодействия может быть *качественно* различным на разных этапах развития

дискурсивной практики, варьируясь от интерференции к контаминации и далее к монтажу, т.е. к формированию своеобразных «синтетических» дискурсивных практик. При этом, поскольку внутренние когнитивные механизмы формирования дискурсов разных типов в разных языках имеют некоторую общую составляющую, принципы междискурсивного взаимодействия являются общими для разных языков (по крайней мере, для русского, английского, немецкого и итальянского языков).

- Выявленные закономерности могут быть распространены на полимодальные тексты, т.е. тексты, сочетающие в себе вербальные и невербальные коды (стр. 384 – 409). Как известно, визуальная составляющая является важной частью воздействия на адресата, поэтому в рассматриваемых Соколовой О.В. дискурсах она используется для усиления впечатления, причем не только в рекламе и PR-дискурсе (что очевидно), но и в авангардном поэтическом дискурсе за счет шрифта, расположения строк и иллюстраций к поэтическому тексту. Последний аспект может быть, по нашему мнению, перспективным направлением дальнейших исследований (например, иллюстрации О.Бердсли к поэзии О.Уайльда).

Таким образом, можно заключить, что именно функция активного воздействия «запускает» когнитивные механизмы, обуславливающие креативное использование языковых средств разных уровней (фоносемантических, словообразовательных, лексико-семантических, синтаксических), а также самых разнообразных композиционных приемов (выбор заголовков, темпоральных сеток и проч.).

Новизна полученных результатов указывает на *теоретическую значимость* проведенного исследования. Данные, положения и выводы диссертации Соколовой О.В. важны для дальнейшей разработки теории когнитивной лингвистики. Несмотря на то, что в когнитивных исследованиях акцентируется важность анализа языковых явлений на фоне их реализации и функционирования в дискурсе, когнитивные факторы, обуславливающие формирование разных типов дискурса, рассматриваются крайне редко и выделяются как бы «попутно», без обращения к когнитивным моделям и/или механизмам. Иными словами, дискурс обычно анализируется «изнутри», причем обращение к условиям и участникам коммуникации (особенно к роли автора дискурса, к его установкам и к его видению адресата) обычно постулируется, но не детализируется. Сопоставляя разные виды дискурса и анализируя интенции автора и их влияние на выбор языковых средств и их композиционную аранжировку, Соколова О.В. предлагает новые пути моделирования дискурсивной деятельности с позиций *конструирования дискурса* с учетом возможности взаимовлияния разных видов дискурса друг на друга.

Кроме того, *теоретическая значимость* диссертации Соколовой О.В. связана с тем, что эта работа в определенной мере восполняет пробел между

когнитивными исследованиями дискурса и функционально-стилистическими исследованиями дискурса, выводя в центр внимания идею *функции*, реализации которой подчинен выбор языковых средств и креативность автора дискурса.

В теоретическом плане результаты диссертации представляются важными для сопоставительного изучения языков, поскольку они позволяют описать не только особенности отдельных языковых систем, но и выявить общие интегральные закономерности, характерные для языка вообще.

Особое значение диссертация Соколовой О.В. имеет для современной русистики. Так, анализ типов междискурсивного взаимодействия в русском языке конца XIX – начала XXI века, проведенный полно и подробно, на большом фактическом материале, что дает возможность проследить целый ряд закономерностей в развитии русского языка и связать их с социальными изменениями в стране, с одной стороны, и с динамикой литературных течений, с другой стороны (стр. 181 – 190, рис. 20 стр. 182). На основании этих данных легче проводить анализ новейших тенденций в развитии рекламного дискурса и PR-дискурса, которые обнаруживают особенности, отличающие их от соответствующих образцов в британском и американском вариантах английского языка.

Практическая ценность рецензируемой диссертации определяется разработанной в ней методологией анализа дискурса. Полученные результаты, положения и выводы, а также обширный иллюстративный материал могут быть использованы в лекционных курсах по общему языкознанию, спецкурсах по лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, поэтике, по методам лингвистического анализа, а также при проведении семинарских занятий по этим дисциплинам. Все материалы, относящиеся к рекламе и PR-дискурсу, несомненно, будут полезны для тех, кто занимается разработкой методов воздействия на аудиторию, в частности, для специалистов в области рекламы и связей с общественностью. Говоря о *степени обоснованности научных положений*, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, следует заключить, что ход исследования хорошо продуман и логичен. *Достоверность* и *объективность* полученных в диссертации результатов обеспечивается, прежде всего, последовательной комплексной методикой анализа, сочетающей в себе уточнение терминологического аппарата, рассмотрение когнитивных механизмов, лежащих в основе формирования дискурсов активного воздействия, изучение и систематизацию коммуникативных стратегий и тактик, а также анализ того, как все эти факторы влияют выбор языковых средств и их креативную модификацию в соответствии с прагматическим заданием автора дискурса. Для верификации выдвигаемых положений и выводов автором был проведен эксперимент по изучению реакции реципиентов на рекламный текст с участием 370 респондентов (стр. 139 – 143, а также материалы в Приложении).

Выводы, к которым приходит Соколова О.В., опираются на представительный исследовательский материал:

- материал русского языка отбирался методом сплошной выборки из произведений исторического и современного авангарда, из современной прессы (за период 2007 – 2015 гг.), а также из газет конца XIX – начала XX века, публикаций в Интернете, протоколов заседаний Государственной думы, наружной рекламы и т.д. (общий объем исследовательского материала около 15000 словоупотреблений);
- положения, выдвигаемые автором, иллюстрируются и подтверждаются многочисленными интересными и разнообразными примерами, которые представляются достаточно убедительными;
- для подтверждения выявленных закономерностей привлекается материал английского, немецкого и итальянского языков.

Таким образом, представляется возможным сделать общий вывод о том, что в диссертации Соколовой О.В. представлено серьезное исследование, тщательно проведенное на большом фактическом материале. Результаты исследования обладают научной новизной, теоретической значимостью, и имеют интересные и важные перспективы практического применения.

Делая общий вывод о, несомненно, высоком научном уровне диссертации Соколовой О.В., следует указать и на отдельные дискуссионные моменты, которые требуют уточнения.

1. Как мы уже отмечали, основной целью диссертации Соколовой О.В. было доказательство того, что на основании общности когнитивных механизмов, лежащих в основе выбора языковых средств и формирования структуры текста, можно выделить дискурсы активного воздействия, к которым относятся такие разные типы дискурса как поэтический дискурс, рекламный дискурс и PR-дискурс. Соответственно, в центре внимания автора находились черты *сходства* этих достаточно далеких друг от друга дискурсивных разновидностей. Однако при этом возникает вопрос о том, *сохраняют ли рассматриваемые дискурсы свою стилевую идентичность и самостоятельность?* Если они остаются разными типами дискурса, то какие особенности обеспечивают их отличия друг от друга?
2. В дальнейшем хотелось бы посоветовать автору уделить больше внимания культурологической информации при рассмотрении материала английского языка и других языков по той модели, которая была реализована в отношении русского языка. Такое направление дальнейшего исследования подсказывают, например, различия в рекламном дискурсе и в PR-дискурсе в Великобритании и в США.
3. Можно ли считать доказанное в диссертации Соколовой О.В. сходство рассмотренных типов дискурса и в особенности процессы их «монтажа» в конце XX – начале XXI века результатом влияния Интернета как нового (по сравнению с печатным текстом) носителя

информации, возможно, приводящего к определенной унификации разных «функциональных стилей»?

4. Стоит ли в дальнейшем строить классификации дискурсов, исходя из того влияния, которое продуцируемые тексты оказывают на получателя информации (например, дискурсы художественного воздействия, дискурсы идеологического воздействия, дискурсы активного воздействия и т.д.)?
5. Еще один вопрос относится к параметру «ограниченного времени» в сводной модели конститутивных признаков авангардного поэтического, рекламного и PR-дискурса (рис.18 на стр.147; рис. 1 на стр.18 автореф.). На стр. 149 ограниченность расположения в пространстве и времени соотносится с максимальной концентрацией языковых ресурсов на минимальном вербальном пространстве, т.е. касается особенностей передаваемого сообщения, а не условий его существования в коммуникативной ситуации. Однако можно также учитывать несколько иную пространственно-временную локализацию сообщения: рекламный текст и PR-текст и даже авангардный поэтический текст функционируют в течение ограниченного периода времени. Далее наступает *привыкание* реципиента и для сохранения активного воздействия на получателя информации необходимо появление новых по языку и структуре рекламных и PR-текстов и новых авангардных поэтических течений.

Совершенно очевидно, что поставленные вопросы носят дискуссионный характер и скорее относятся к направлениям дальнейшей разработки тех проблем, которые рассматриваются в диссертации Соколовой О.В.. Они не затрагивают сути проведенного исследования, не ставят под сомнение полученные результаты и, соответственно, не влияют на общую высокую оценку диссертации.

Обобщая сказанное выше, можно утверждать, что в диссертации Соколовой О.В. представлено глубокое и многоаспектное исследование, в котором *предложено новое направление в изучении проблем теории дискурса и стилистики – изучение когнитивных механизмов формирования дискурсов разных типов и выявление закономерностей взаимодействия дискурсивных практик разных типов*. Предлагаемый подход включает в себя анализ когнитивных оснований формирования (даже весьма далеких друг от друга разновидностей) дискурса, систематизацию коммуникативных стратегий и тактик, соотнесение использования языковых средств и композиционного оформления дискурса с указанными факторами, а также (что очень важно) сопоставление разных дискурсов по указанным позициям.

Соколова О.В. является автором 33 научных публикаций, 17 из которых опубликованы в изданиях, входящих в «Перечень российских рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание

ученой степени доктора и кандидата наук». Автореферат диссертации и имеющиеся публикации адекватно отражают содержание проведенного исследования. Положения, выносимые на защиту, представляются хорошо обоснованными и не вызывают сомнений.

Анализ материалов проведенного исследования позволяет сделать вывод о том, что диссертация Соколовой О.В. на тему: «Дискурсы активного воздействия: теория и типология» является оригинальной и завершенной научно-квалификационной работой. Диссертация соответствует паспорту заявленной специальности, а также отвечает требованиям, изложенным в п. 9, 10, 11 действующего «Положения о порядке присуждения ученых степеней» (утверждено постановлением Правительства РФ от 24.09.2013, № 842). Автор диссертации – Соколова Ольга Викторовна – заслуживает присуждения ей ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка (филологические науки).

1 февраля 2016 года

Беляевская Елена Георгиевна,
доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры стилистики английского языка
факультета гуманитарных и прикладных наук
Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего
профессионального образования «Московский
государственный лингвистический университет»,
ул. Остоженка 38, Москва, 119034;
тел. 8 (495) 245 13 60
e-mail: kafstyleeng@yandex. ru

Беляевская Е.Г.

