

ОТЗЫВ

официального оппонента Будаева Эдуарда Владимировича
о диссертации Дмитриевой Анастасии Валерьевны «Прецедентные имена в
текстах российской политической рекламы: лингвокультурологический и
прагматический аспекты», представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык.

Языки народов России

Политическая реклама является одним из основных средств борьбы за голоса избирателей, поэтому от ее эффективности зависит не только расстановка политических сил в отдельно взятых регионах и в стране в целом, но и стратегическое направление развития государства. В условиях нарастания глобальных кризисных явлений и обострения политической борьбы обращение к проблеме функционирования политической рекламы безусловно представляется актуальной задачей. К тому же становление научного знания о политической рекламе отстает от ее эволюции в практическом плане, в связи с чем возникает потребность в актуальных знаниях о механизмах функционирования политической рекламы, детальном рассмотрении ее отличительных черт, установлении роли политической рекламы в массовой коммуникации.

Также выглядит оправданным концентрация внимания на прецедентных именах как репрезентантах лингвокультурной специфики национальной концептосферы. Несмотря на многочисленность работ, посвящённых анализу интертекстуальности в политическом дискурсе, проблема функционирования онимов в текстах российской политической рекламы в сочетании лингвокультурного и прагматического аспектов остается малоизученным вопросом, что усиливает актуальность настоящего исследования и обуславливает его научную новизну.

Структура диссертации соответствует поставленной цели и задачам.

Первая глава посвящена теоретическим основаниям исследования. Автор обсуждает специфику семантики имени собственного, уточняет критерии определения феномена прецедентности в целом и прецедентного имени в частности, демонстрируя эрудицию и знакомство с современными исследованиями и достижениями в данной научной области. Отдельное внимание уделяется явлению речевого воздействия, рассмотрению основных тенденций использования прецедентных имен в политических текстах. В завершающем параграфе первой главы дается характеристика жанру политической рекламы, сочетающей черты рекламных и политических текстов, анализируются специфические черты, присущие только текстам политической рекламы.

Во второй главе изучаются особенности функционирования прецедентных имен как лингвокультурных знаков в составе текстов политической рекламы. Представлена методика анализа прецедентных онимов в лингвокультурологическом аспекте. При анализе лексических единиц основные аксиологические смыслы, привносимые с помощью ПИ, разделяются на две группы: универсальные и специфические ценности. Каждая из этих групп в свою очередь делится на мелиоративные и пейоративные разновидности. Автор приходит к выводу о том, что прецедентные имена чаще используются при передаче специфических ценностей, нежели универсальных, хотя разница в количестве употреблений не слишком велика, что должно указывать на важность обеих групп ценностных ориентиров в дискурсе российской политической рекламы.

Третья глава посвящена изучению специфики участия прецедентных имен в реализации коммуникативных стратегий и тактик в дискурсе российской политической рекламы. При характеристике коммуникативных стратегий и тактик автор подразделяет анализируемые тексты на три группы: тексты, состоящие из вербальных знаков; статичные поликодовые тексты, содержащие вербальные и визуальные компоненты; динамичные видеотексты, сочетающие вербальные, визуальные и аудиальные компоненты. Такая дифференциация текстов позволила обнаружить большую концентрацию прецедентных онимов как в вербальном, так и невербальном ряду динамичных поликодовых текстов. Завершающий параграф третьей главы посвящен рассмотрению различных способов вовлечения прецедентных онимов в реализацию коммуникативных стратегий и тактик. Для решения поставленной задачи автор предлагает различать онома-ориентированную, коррелятивную и контекст-ориентированную формы. Не всегда разграничения между этими тремя формами носят очевидный характер. Остается открытым вопрос о возможности актуализации ПИ без ориентации на контекст, если учитывать, что процесс смыслопорождения в принципе невозможен без контекста.

Достоверность результатов исследования обеспечивается использованием достижений современной лингвистики (библиография насчитывает 432 библиографические записи), репрезентативным корпусом прецедентных онимов, насчитывающим 1559 употреблений.

Нельзя не отметить наглядность и информативность представленных в работе таблиц, диаграмм и приложений, удачно дополняющих основной текст.

Диссертанту удалось решить поставленные задачи, несмотря на объективные трудности, связанные с анализом лингвокультурологической специфики на примере одного языка.

Полученные результаты несомненно представляют ценность для теории и практики анализа прецедентности в целом и прецедентных имен в

политическом дискурсе в частности и могут быть использованы в разработке спецкурсов по межкультурной коммуникации, лексикологии, стилистике, риторике, лингвокультурологии.

Результаты исследования прошли апробацию на научных конференциях международного уровня. Основное содержание исследования достаточно полно отражено в 12 опубликованных работах, среди которых 2 статьи – в изданиях, включенных в библиографические базы данных Scopus и Web of Science, 3 статьи – в изданиях, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК.

Автореферат композиционно и содержательно соответствует тексту диссертации.

Высоко оценивая проведенную автором работу, отметим, что отдельные аспекты исследования вызывают вопросы.

1. Автор придерживается распространённой точки зрения о том, что прецедентные имена включены в когнитивную базу лингвокультурного сообщества, то есть являются когнитивными феноменами, актуализируемыми в политическом дискурсе с помощью вербальных и невербальных знаков. Так как предмет определяет методологию, было бы логично ожидать в работе применение когнитивного подхода к анализу материала, однако при описании методов исследования автор фокусирует внимание на подходах, характерных для структурной парадигмы языкознания. Возникает вопрос, почему при анализе когнитивных феноменов предпочтение отдается структурно-стилистическим методикам?

2. В положении 1 указывается, что «прецедентные имена в текстах российской политической рекламы участвуют в трансляции универсальных и специфических ценностей и антиценностей, формирующих политический сегмент русской языковой картины мира» (с. 13). Выявление универсалий и культурной специфики возможно при сопоставлении данных из нескольких языков. Делать выводы об универсальном и культурно специфичном на материале одного языка довольно затруднительно.

3. Из затруднения, указанного в предыдущем пункте, вытекает неоправданная экстраполяция полученных в исследовании результатов. Так, в положении 2 автор отмечает, что «основные универсальные ценности, репрезентированные прецедентными именами, включают идеи героизма и подвига, ценности русской культуры, представления о талантливости русских и советских людей» (с. 13). Диссертант автоматически включает ценности русской культуры в «основные универсальные ценности», не приводя никаких аргументов для подтверждения этого положения. Также сомнительным выглядит утверждение в положении 2 о том, что «среди универсальных антиценностей, транслируемых с участием прецедентных имен,

доминирующее положение занимают катастрофа и трагедия, а также богатство как неуместная роскошь» (с. 13). Если в православии стяжательство традиционно порицалось, то в обществах с доминированием протестантского мировоззрения, основанного на идее о предопределении, богатство есть свидетельство богоизбранности, то есть не является антиценностью.

В итоге отсутствие данных для сопоставительного анализа приводит к тому, что ценности русской культуры относятся к универсальным ценностям, а, например, концепт эффективных государственных реформ к специфическим ценностным доминантам.

4. В заключении диссертации делается вывод о преобладающем участии прецедентных онимов в аффективном речевом воздействии. Для утверждения о преобладающей роли ПИ необходимо сопоставить эти феномены с другими механизмами речевого воздействия, что в диссертации не было сделано. В целом методологический инструментарий работы не позволяет получить достоверные данные о речевом воздействии ПИ на адресата коммуникации. Для оценки перлокутивного эффекта необходимо использование психолингвистических методик, которые в данной работе не применяются. На наш взгляд, целесообразнее говорить о прагматическом потенциале прецедентных имен, степень реализации которого еще предстоит выявить в специальных исследованиях с применением соответствующих методик.

Высказанные замечания не отменяют значимости проделанной работы, а вопросы носят дискуссионный характер. Поставленная в диссертации цель достигнута. В исследовании представлены новые научные результаты и положения, что подтверждает личный вклад автора в теорию и практику лингвокультурологического и прагматического анализа прецедентных имен в политической рекламе.

Диссертация соответствует специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России и требованиям п.9 Положения о присуждении ученых степеней в УрФУ. Соискатель Дмитриева Анастасия Валерьевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России.

Официальный оппонент

Будаев Эдуард Владимирович,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры иностранных языков
и русской филологии

Нижнетагильского государственного
социально-педагогического института (филиала)
Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

«Российский государственный

профессионально-педагогический университет»

тел. (3435) 25-48-00

office@ntspi.ru

622031, Свердловская обл., г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, 57

06.11.2022

