

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Вершиной Евгении Николаевны «Когнитивно-дискурсивная репрезентация имиджа вуза в специализированном периодическом издании» (Томск, 2015), представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык

Рецензируемое диссертационное исследование посвящено одной из наиболее актуальных и дискуссионных в современной лингвистике проблем – выявлению и описанию в когнитивно-дискурсивном аспекте механизмов и средств языковой репрезентации имиджа в сфере образования. Поставленная проблема рассматривается на пересечении трех областей знания: теории дискурса, теории метафоры и теории языковой категоризации. Этим обусловлено обсуждение широкого круга общетеоретических вопросов, таких как место имиджевого образовательного дискурса в ряду других дискурсов, роль базовых когнитивных категорий в моделировании дискурса, коммуникативно-прагматическое своеобразие институционального поликомпонентного дискурса и др. Охватывая основную проблематику современной лингвистики в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы, исследование Е.Н. Вершиной вносит вклад в развитие томской школы метафорологии и когнитивной лингвистики.

Комплексный подход, предпринятый автором, делает необходимым решение нескольких исследовательских *задач*: определение основополагающих понятий, которые структурируют принятую в диссертации модель исследования, разработка алгоритма, позволяющего учесть все значимые для характеристики дискурса параметры анализа и, наконец, выполненное на базе внедренных автором методик когнитивно-дискурсивное описание компонентов имиджевого дискурса.

Своевременность и актуальность проведенного исследования определяется разворотом интересов современного языкознания в область реальной коммуникации (лингвопрагматики), активным изучением вопросов языковой когниции, в т.ч. в аспекте своеобразия метафорического осмысления картины мира в разных типах дискурса. Актуальность работы видится так же в том, что предмет, задачи, заявленные и решаемые в работе, а также методы исследования, апеллируют к важным вопросам формирования языкового образа современного социального института, примером которого являются университетские корпорации. Все это определяет исследовательский вектор диссертации, направленный на поиск речемыслительных механизмов, лежащих в основе имиджа вуза, транслируемого в специализированных печатных изданиях.

Методологические основания диссертации образуют положение о дискурсообразующем характере базовых когнитивных категорий, вербализованных в презентационных текстах вуза; дают представление о тесной связи между формирующими имиджевый образовательный дискурс категориями и метафорическими маркерами, определяющими место данного дискурса в системе ценностных координат его субъектов; обозначают круг прагматических установок исследуемого дискурса и способов их репрезентации.

Новизна рецензируемой работы не вызывает сомнения и определяется выбором объекта исследования: в работе впервые многоаспектно описан один из наиболее активно развивающихся сегодня дискурсов – имиджевый образовательный дискурс, выявлены его конституирующие характеристики, определены возможные корреляции с другими (в т.ч. смежными) типами дискурсов. Также впервые наглядно демонстрируются составляющие имиджевого образовательного дискурса, выявляются и систематизируются средства его

разноуровневой языковой экспликации, обозначаются наиболее существенные с точки зрения самопрезентации речевые тактики. Всё перечисленное создает целостную и непротиворечивую картину функционирования имиджевого образовательного дискурса в печатных специализированных медиа.

Представленная в работе методика, описанный Е.Н. Вершининой материал и выявленные характеристики исследуемого дискурса дают ценную информацию о языковом моделировании имиджа, позволяют определить его корпоративное и региональное своеобразие; введение в научный оборот текстов университетских СМИ (репрезентирующих важнейшую составляющую общественной жизни – образовательную, но по многим причинам находящихся на обочине информационного рынка) – всё это определяет несомненную *теоретическую и практическую значимость* рецензируемой диссертации.

Приступим к характеристике основного содержания диссертационного исследования. Структура работы представляется оправданной и хорошо продуманной. Композиционно она подразделяется на четыре логически связанные главы.

Содержание *первой главы*, определяющей понятийный аппарат исследования, свидетельствует о высоком уровне теоретической подготовки автора. Аспектологический очерк, выполненный с должным уважением к предшественникам, строен, аналитичен и аргументативен. В центре внимания Е.Н. Вершининой – интерпретация понятия «имидж» и его позиционирование в одном из современных институциональных дискурсов – образовательном, который представляет собой «тот язык, на котором университет говорит с миром»¹. Проанализировав и описав многообразие подходов к понятию «дискурс», автор успешно объединяет когнитивное и прагматическое направления исследований и с этих позиций выявляет сущностные характеристики имиджевого образовательного дискурса. Размышляя об онтологических, структурных и функциональных свойствах исследуемого объекта, диссертант справедливо приходит к выводу о том, что имиджевый образовательный дискурс является институциональным и поликомпонентным, а его смысловое наполнение репрезентируется с расчетом на подготовленного адресата. В связи с этим теоретически значимым является определение Е.Н. Вершининой параметров, обуславливающих специфику этого дискурса: коллективный характер, наличие базовых (дискурсообразующих) категорий; структурирование вербального кода единицами различной уровневой принадлежности, в т. ч., имеющими метафорическую природу; агонистический характер коммуникативных установок.

Из круга практических вопросов, рассматриваемых в диссертации, особого внимания, на наш взгляд, заслуживают следующие.

Ключевой проблемой, сформулированной во второй главе, является широко обсуждаемый в лингвистической литературе вопрос о способах категоризации мира и их объективации в языке. В работе вслед за многочисленными исследователями когнитивные категории справедливо рассматриваются как принцип, организующий картину мира человека, как структурная единица сознания, репрезентируемая соответственно маркированными языковыми средствами. Однако из всего многообразия таких категорий автор, основываясь на эмпирических данных, называет в качестве базовых для исследуемого дискурса категории «свойственности-чуждости» и «части-целого». Скрупулезный анализ материала, осуществленный Е.Н. Вершининой, позволяет ей с убедительной достоверностью утверждать,

¹ Максимов В.В., Найдён Е.В., Серебренникова А.Н. Концептуальное ядро университетского дискурса // Известия ТПУ. – 2010. – № 6 (317). – С. 200.

что современный и, по сути, лишь недавно возникший дискурс, формируется по законам традиционного мировосприятия, в основе которого лежат универсальные бинарные механизмы противопоставления объектов (что, вероятно, во многом обусловлено уже упомянутым коллективным характером имиджевого образовательного дискурса). В связи с этим, теоретически значимыми, на наш взгляд, являются наблюдения автора о сохранении устойчивой связи «свойственности-чуждости» с аксиологическими установками адресанта; дискретности «своего» и обобщенности «чужого»; социальной природе анализируемой дихотомии (конкретизация названной оппозиции через «мы-они»). Систематизация языковых средств, маркирующих семантически полярные миры, выполненная убедительно и непротиворечиво, позволяет автору сделать еще один ценный вывод – о подвижности границ данной категории, обусловленной позицией адресанта. Анализируя вторую базовую категорию («часть – целое»), Е.Н. Вершинина приходит к еще одному бесспорному заключению о значимости для имиджевого образовательного дискурса представления университета как динамично развивающегося субъекта, чья целостность детерминирована позитивными изменениями его составляющих.

Нельзя не сказать о заслуживающем особого внимания тщательном, корректном анализе языкового материала, воссоздающего многообразие взглядов томских вузов на мир и себя в этом мире. В поиске репрезентантов базовых категорий Е.Н. Вершинина не ограничивается изучением ядра – лексического пласта (что традиционно для подобного рода работ), а подробно останавливается на описании синтаксических средств их представления. Это, несомненно, является важным вкладом в наполняемую лингвистами копилку изучения данных категорий.

Несомненной исследовательской удачей автора является детальное описание метафорических номинаций – репрезентантов базовых категорий имиджевого образовательного дискурса. Привлекая к анализу метафорических единиц ранее не использованный в этом аспекте материал, Е.Н. Вершинина выделяет разряды метафор, актуальных для данного типа дискурса, дает оценку их продуктивности (наиболее востребованными оказываются природные – фитоморфные, антропоморфные и пространственные метафоры), устанавливает основные направления метафорического переноса. В результате блестящей исследовательской реконструкции возникает антропоморфный образ современного вуза – живого, здорового, растущего, находящегося в движении; оберегающего и приветствующего новое (молодое), с заботой и вниманием относящегося к старому, открытого и дружелюбного по отношению к себе подобным. Последнее (как и ряд фитоморфных метафор), по точному замечанию автора, является вербализацией одной из важнейших коммуникативных стратегий исследуемого дискурса – стратегии кооперации (корпоративной солидарности / вузовской и шире – городской кооперации).

Вместе с тем, самим ходом исследования устанавливается, что стремление любого уважающего себя университета стать известным не только в рамках региональной, но и глобальной образовательной сети, приобрести репутацию первого среди равных, открывает университетский мир в сторону контакта с агональной стратегией, с таким строем и стилем высказываний и текстов, которые постоянно экспонируют ситуацию интенсивной конкуренции, состязательной борьбы, как внутри вуза, так и за его пределами (отсюда – наличие в имиджевых текстах милитарных и спортивных метафор).

Если означенные стратегии наряду со стратегиями информирования и воздействия цементируют структуру и логику семантической организации образовательного дискурса в

целом, то в рамках имиджевого образовательного дискурса центральное положение занимает стратегия самопрезентации, логично ставшая предметом специального рассмотрения в четвертой главе рецензируемой диссертации. По мнению Е.Н. Верпининой, самопрезентация университетов может быть представлена в четырех группах тактик, коррелирующих со значимыми компонентами имиджа вуза. Применяя самостоятельно разработанную методику, автор выявляет структурные и языковые особенности репрезентации описываемых тактик, в частности, обнаруживает важную именно для российских университетов потребность (которую разделяют далеко не все зарубежные вузы – об этом²) вписать себя в международное научно-образовательное пространство и получить высокую положительную оценку извне.

Таким образом, данное диссертационное сочинение, направленное на комплексное изучение отдельной дискурсивной практики, представляет собой один из институциональных срезов русской ментальности. В манифестирующих ее текстах субъектом самопрезентации выступает университет в его физической, социальной, интеллектуальной и временной представленности. Выводы об имидже университета, сделанные автором на материале специализированных статей о томских вузах, представляются аргументированными, соотнесенными с альтернативными точками зрения, имеющими самостоятельную ценность, и в целом не вызывают возражений.

Вместе с тем даже самая качественная работа не может быть свободна от вопросов, требующих дополнительных разъяснений:

1) отметим некоторую непоследовательность в использовании понятийного аппарата исследования. Так, при описании базовой категории «свойственности-чуждости» наряду с данным термином (с. 76) используются выражения «категория «свои-чужие» (с. 73), «(бинарная) оппозиция «свои-чужие» (с. 77-79, 85). В связи с чем возникает вопрос: является ли их появление в тексте диссертации случайным, или оно носит принципиальный характер. В таком случае, как, по-мнению автора, в данном контексте соотносятся термины «категория» и «оппозиция»?

2) основополагающими когнитивными категориями для имиджевого дискурса в данной работе названы категории «свойственности-чуждости» и «части-целого», с чем нельзя не согласиться. Однако автор не даёт ответа на вопрос, а каков перечень этих базовых категорий, является ли он конечным, и почему, например, в качестве дискурсообразующей и миромоделирующей не указана категория пространства, так же имеющая в представленном материале многочисленные средства репрезентации. Свидетельством чего, например, выступает и третье по числу актуализаций количество метафорических номинаций (к ним же можно отнести «метафоры дома»), и наличие тактик «апелляция к мотиву первенства», «апелляция к статистике» и др., репрезентирующих лексику с самой разнообразной пространственной семантикой, восходящей к серии универсальных семиотических оппозиций («далеко-близко», «верх-низ», «вперед-назад» и т.д.);

3) дискурс дискретен и допускает фрагментирование, поэтому его своеобразие определяется жанровой организацией (В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин и др.). Как представляется, имиджевый дискурс порождает сложно устроенные тексты, распадающиеся на иерархию не обязательно вербальных «текстов в текстах» (Ю.М. Лотман, 1992), среди которых можно назвать сайты вузов, их презентационные тексты (например, миссия, гимн) и др. Вместе с тем, в данной работе жанровая организация не становится частью комплексной характеристики

² Серебренникова А.Н. Миромоделирующая функция пространственной лексики в презентационных текстах университета // Вестник науки Сибири. – 2014. – № 4 (14). – С. 196–201.

дискурса? Чем это обусловлено?

Приведённые вопросы и замечания носят частный характер, они не касаются основных положений и выводов оригинального, зрелого исследования Е.Н. Вершининой.

Итак, всё сказанное позволяет заключить, что диссертация «Когнитивно-дискурсивная репрезентация имиджа вуза в специализированном периодическом издании» представляет собой научно-квалификационную работу, в которой содержится решение задачи комплексного лингвистического описания когнитивно-дискурсивных особенностей представления вуза в университетских печатных изданиях, имеющей значение для развития филологии (в части современных лингвокогнитивных и лингводискурсивных исследовательских практик), и соответствует требованиям, изложенным в действующем «Положении о присуждении ученых степеней». Автор диссертации, Вершинина Евгения Николаевна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Кандидат филологических наук (10.02.01 – Русский язык),
директор Центра методического сопровождения
электронного обучения Института электронного обучения
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Национальный
исследовательский Томский политехнический университет»;
по совместительству доцент кафедры русского языка
как иностранного (на момент назначения оппонентом
кафедры русского языка и литературы) Института международного
образования и языковой коммуникации
Томского политехнического университета
09.11.2015

Анна Николаевна Серебренникова

Контактные данные: 634050 Томск, пр. Ленина, 30, тел. (3822) 60-63-33, serebrennikova@tpu.ru,
<http://tpu.ru>

Подпись удостоверяю.
Учёный секретарь ТПУ



Ольга Афанасьевна Ананьева