

ОТЗЫВ НА АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ

Ян Фан

на тему: «Лингвопрагматический потенциал положительной оценки в рекламно-информационном журнальном тексте», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – «Русский язык».

Постоянные изменения во всех сферах современного общества приводят к трансформации и естественному обновлению системы российских средств массовой информации: активно развивается и заявляет о себе на рынке новый сегмент СМИ – рекламно-информационные издания. В силу этого рекламная коммуникация находится в зоне повышенного интереса со стороны филологических дисциплин. Тому есть ряд объяснений: оригинальность структурно-текстовой организации, поликодовый характер передачи информации, особым образом организованный режим отношений автор – адресат, языковое пространство рекламного текста, моделирующее и репрезентирующее современные языковые явления. Поэтому исследование, проведенное Ян Фан, представляется актуальным и востребованным и современной рекламной практикой, и теорией современного русского языка, для которой рекламные тексты – объект познания.

Важно отметить, что научная новизна работы Ян Фан заключается в обогащении инструментария (методика анализа положительной оценки в рекламно-информационном журнале в лингвопрагматическом аспекте) и описании особенностей функционирования в СМИ языковых единиц с положительной оценкой.

Объектом исследования Ян Фан является положительная оценка в рекламно-информационном журнале.

Поставленная автором цель и определяемые ею задачи определяют структуру работы, состоящую из введения, трех глав и заключения. В первой главе определяются методологические основы изучения положительной оценки в журнальном тексте. Во второй – рассматривается специфика положительной оценки в рекламно-информационном журнальном тексте, выделяются типы положительных оценок, анализируется языковая реализация положительных оценок с учетом контекста. Визуальные средства, используемые в текстах такого типа, рассматриваются во взаимодействии с языковыми. Третья глава посвящена анализу текстов, в которых используются модели развертывания положительной оценки.

Обобщая положения, выносимые на защиту, можно отметить, что автор рассматривает тексты рекламно-информационных изданий как системное

образование. Данный подход позволяет провести их анализ с точки зрения целевой направленности вербальной и визуальной составляющей.

Системный подход наглядно воплощается Ян Фан в третьей главе диссертации «Развертывание положительной оценки в рекламно-информационном журнальном тексте». Применение метода лингвистического моделирования позволяет автору построить модель для классификации рекламных текстов, демонстрирующих различные способы развертывания положительной оценки. Предложенная модель обладает универсальностью, что подтверждает верификация ее на большом количестве конкретных примеров. Модель найдет свое применение и в практике рекламы, и при разработке теоретических и методологических подходов к анализу рекламно-информационных текстов как лингвистическому феномену.

Следует обратить внимание на скрупулезность проделанной Ян Фан работы: языковой материала (1300 языковых единиц) для анализа был собран в результате сплошной выборки. Достоверность полученных выводов определяется тем, что автор использует для своего анализа комплексную методику, включающую восприятие и интерпретацию оценки непосредственными носителями языка. Объем выборки позволяет говорить о статистически объективном результате.

Язык исследования достаточно строг, точен, терминологически определен и в то же время ясен и доступен. Содержание автореферата дает точное представление о работе, в нем подробно и структурированно представлены теоретическая и эмпирическая части диссертационного исследования, обобщены в выводы результаты исследования, а также приведен список публикаций, отражающих основные положения диссертации. Работа, несомненно, имеет перспективы дальнейшего исследования и с точки зрения прагматического аспекта, основанного на экспериментальных исследованиях.

Вместе с тем необходимо высказать несколько вопросов и замечаний.

1. Из автореферата не совсем ясно, почему внимание исследователя привлекли журналы, адресованные именно женщинам, и насколько применимы результаты исследования к мужским журналам?
2. Почему в качестве респондентов для ассоциативного эксперимента были выбраны студенты, обучающихся на языковых специальностях, а не рядовые носители языка?
3. Почему, анализируя лексическо-фразеологический уровень языковых единиц, автор отмечает большое разнообразие средств выражения оценки, но

при этом рассматривает только синонимические и антонимические ряды, неологизмы и метафоры?

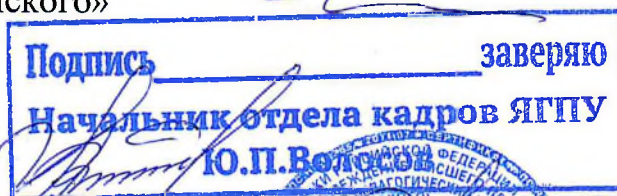
4. При анализе морфологического уровня оценочных единиц встретились ли автору примеры оценочных слов таких частей речи, как существительное, наречие, категория состояния? Если встретились, то какова частотность их употребления?

Высказанные вопросы и замечания не умаляют значимости проведенной Ян Фан научной работы. В целом диссертация является крупным самостоятельным исследованием актуальной научной проблемы, отвечающим всем требованиям п. 7 Положения о порядке присуждения ученых степеней, а диссертант заслуживает присвоения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

кандидат филологических наук,
доцент кафедры теории
коммуникации и рекламы
ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный
педагогический университет
им. К.Д. Ушинского»

Т.Б. Колышкина

24.11.2014



Подпись Т.Б. Колышкиной заверяю
Начальник отдела кадров ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный
педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

Ю.П. Волосов

Колышкина Татьяна Борисовна

Адрес: 150052, г. Ярославль, пр. Дзержинского, д. 28, кв. 19.

Телефон: 8-920-655-64-21

E-mail: ktb-10@mail.ru

Место работы: ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный
педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

Должность: доцент кафедры теории коммуникации и рекламы