



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной работе
ФГБОУ ВПО «Омский государственный
университет им. Ф.М. Достоевского»

 Сергей Викторович Белим
« 21 » ноября 2014г.

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ФГБОУ ВПО «Омский государственный университет
им. Ф.М. Достоевского»

о диссертационной работе Баклановой Ирины Ивановны
«Образ автора и образ адресата нехудожественного текста»,
представленной на соискание ученой степени доктора филологических наук
по специальности 10.02.01 – русский язык

Диссертационное исследование И. И. Баклановой выполнено в русле актуальной лингвистической проблематики, связанной с изучением языка в аспекте его регулятивной функции. Изучение приемов моделирования образов автора и адресата нехудожественного текста позволило И.И. Баклановой провести исследование, представляющее интерес для углубленного изучения русскоязычных дискурсивных практик применительно к различным коммуникативным сферам – литературе non fiction, научной речи, рекламному дискурсу.

Предлагаемая к рассмотрению диссертация **актуальна**, поскольку изучение различных способов неявной, имплицитной передачи информации было и остается одним из ключевых вопросов в аспекте моделирования представлений массовой аудитории о социальной реальности. «Люди действуют не столько в реальном мире и говорят не столько о нем, сколько о моделях явлений и ситуаций действительности» (Т. ван Дейк). Анализ факторов, формирующих образ автора и адресата в разных типах дискурса, без сомнения, значим не только для лингвистических исследований - его результаты имеют ощутимые последствия и для социума, поскольку речевые

практики не пассивно реагируют на социальные импульсы, а активно формируют новые способы коммуникативного взаимодействия в обществе.

Основные задачи работы заключаются в том, чтобы выявить лингвопрагматические маркеры образов автора и адресата, имплицитно представленных в нехудожественных текстах (мемуарах, научном и рекламном дискурсе). Эти задачи автор диссертации решает с высокой степенью успешности.

Цель работы позволяет И.И. Баклановой корректно поставить задачи исследования (с. 7) и обосновать выбор материала, репрезентативность которого не вызывает возражений (с. 7-8).

Автор логично встраивает проблематику своего исследования в научный контекст лингвистических и смежных дисциплин, исследующих образ автора и адресата, - нарратологии, риторики, теории речевого воздействия, прагматики, речеведения (**глава 1 – «Из истории изучения образа автора и образа адресата»**). Обзор работ по избранной в диссертации проблематике включает анализ коммуникативно-прагматических, стилистических и др. аспектов феномена автора и адресата как в художественном, так и в нехудожественном тексте. В основу научного обзора легли труды в основном отечественных ученых, что позволило обосновать задачи анализа изучаемого объекта. На наш взгляд, расширение круга реферируемых исследований за счет зарубежных работ последней четверти века, посвященных рассматриваемому феномену, могло бы быть весьма перспективным.

Ход и результаты проведенного автором исследования на материале мемуарных, научных и рекламных текстов представлены в главах 2-4.

В главе 2 – **«Образ автора и образ адресата мемуарного текста»** в центре внимания находится анализ имплицитных смыслов, формирующих образ автора на основе 4-х существенных параметров (оценочных выражений, выбора языковых средств, фактической и субъективной

информации). Также здесь представлена реконструкция образа адресата на основании соблюдения/ несоблюдения постулатов речевого общения Г.П. Грайса. Нельзя не отметить оригинальность и логичность подхода И.И. Баклановой в выборе научного инструментария, оптимального для поставленных задач.

На основе лингвистически профессионального анализа И.И. Бакланова приходит к непротиворечивым выводам о специфике исследуемых феноменов: существуют 2 разновидности образа автора мемуарного текста (интенциональная и перцептивная); источником для реконструкции образа адресата мемуарного текста могут служить постулаты речевого общения, описанные Г.П. Грайсом.

Логика исследования определяет сопоставительный анализ результатов реконструкции образов автора и адресата в мемуарном тексте с аналогичными характеристиками в научном и рекламном дискурсе (главы 3, 4). Сама постановка подобной задачи и ее успешное решение свидетельствует о самостоятельности автора как исследователя.

Наблюдения за двумя разновидностями научного текста – адресованного учащимся (студентам, слушателям) и коллегам – представляют богатый материал для интерпретации. На основании анализа письменных текстов установлены факторы, определяющие выбор автором коммуникативной стратегии в академическом дискурсе (см. выводы в табл. 4, с. 307). И.И. Бакланова отмечает, что соблюдение постулатов речевого общения Г.П. Грайса является способом различения разновидностей научного текста (с. 305). Нельзя не согласиться с выводами диссертанта о том, что с точки зрения коммуникативных намерений и в мемуарном, и в научном тексте можно наблюдать расхождения между иллокутивной задачей сообщения и его перлокутивным эффектом (перцептивный образ автора). Представляется, что для исследования указанных эффектов в научном

дискурсе можно было бы использовать весьма репрезентативный материал – отзывы о диссертациях и т.п., где моделирование образа автора-ученого входит в число стратегических задач и потому нередко эксплицируется. В диссертации И.И. Баклановой гипотетические выводы о стратегии автора в зависимости от предполагаемого образа адресата делаются в основном на основе интуиции и логики исследователя (например, «... из того, что автор... ссылается на И.В. Сталина и говорит о борьбе за марксистско-ленинскую практику в науке, можно вывести интенциональный образ автора: автор идеологически грамотен и предан марксистско-ленинскому учению...» (с.265) и т.п.). Вывод, на наш взгляд, не бесспорный: нельзя отрицать роль ритуалов в тоталитарном (в т.ч. научном) дискурсе.

Глава 4 – **«Образ автора и образ адресата рекламного текста»** - построена по аналогичной схеме. В ней на основе методики, апробированной на мемуарных и научных текстах, последовательно рассматриваются маркеры имплицитно представленных в рекламной коммуникации образов автора и адресата. На наш взгляд, этот тип дискурса обнаруживает значительные отличия от двух рассмотренных ранее в силу его манипулятивного характера. Задачи воздействия на адресата независимо от его воли определяют технологии и приемы построения рекламного сообщения. Вряд ли можно согласиться с тем, что его отправитель всерьез озабочен соблюдением принципов Кооперации (по Грайсу), через которые в диссертации реконструируются объекты исследования. Ни один рекламодатель не заплатит деньги за сообщение, которое не нацелено на получение прибыли, – это азбука копирайтинга. Поэтому реконструировать образы ключевых участников рекламной коммуникации на основе указанных принципов представляется не вполне правомерным.

На наш взгляд, образ автора рекламного текста требует более детального комментария: как в структуре этого образа представлены

рекламодатель, копирайтер и смоделированный образ отправителя? От чьего имени в рекламе даются оценки и выражаются эмоции? Если «нельзя судить об образе автора рекламного текста на основании плана оценок и плана психологии», то каким образом реклама убеждает – ведь ее эффективность во многом зависит от доверия к источнику и его эмоционального воздействия на адресата?

В целом положительно оценивая изложение хода научного поиска и результаты исследования И.И. Баклановой, нельзя не обратить внимание на отдельные положения диссертационной работы, требующие некоторого разъяснения.

1. На наш взгляд, выбор в качестве «лакмусовой бумажки» для реконструкции образа адресата Постулатов Кооперации Грайса имеет сильные и слабые стороны. Сильные определяются возможностью интерпретации объема и качества сообщения в аспекте его эффективности (с точки зрения отправителя). Слабые связаны с тем, что цели общения далеко не всегда определяются интересами собеседника, и, следовательно, интенция говорящего нередко противоречит принципам Грайса. Как не раз замечено, принципы коммуникации заключаются в регулярном нарушении принципа Кооперации (Т.Н. Николаева и др.). Подтверждение этому можно найти практически во всех типах дискурса.

3. Определяя инструментарий, автор не упоминает термин *имидж*, получивший широкое распространение не только в междисциплинарных, но и собственно лингвистических исследованиях (это касается и весьма скромной представленности работ по имиджелогии в библиографии). Вероятно, имеются мотивы такого самоограничения.

4. Вслед за Б.А. Успенским, И.И. Бакланова выделяет несколько источников информации об авторе текста: план оценки, план выбора языковых средств, план фактуальной информации, план психологии. Указанные источники представлены, по мнению автора, наиболее полно в

мемуарном тексте. К научному тексту неприменим психологический критерий – в силу «установки на строгость и объективность изложения» (с.20 АКД), а к рекламному – еще и критерий оценки, т.к. «в этом типе текста не высказываются индивидуальные оценки и не получают отражения эмоции, принадлежащие конкретному автору рекламы» (с. 308). В порядке дискуссии хотелось бы задать автору вопрос: можно ли диагностировать психологический тип оппонента (рецензента) по его отзыву? Можно ли создать рекламный текст, не выражая позитивных эмоций по поводу предлагаемого товара, услуги и не оценивая конкурентов? Какие параметры текста характеризует такое определение, как «агрессивная реклама»?

5. Насколько актуален учет жанра при реконструкции образов автора и адресата? Можно ли, например, на основе т.н. рубричной рекламы говорить о том, что ее лаконизм обусловлен осведомленностью адресата (номинализованные конструкции типа «Заборы от производителя. Тел....» , по мнению автора, свидетельствуют о том, что ориентированы на не ищущего информацию адресата – с. 358)? О возможности существования такой рекламы стоит задуматься.

Как всякое оригинальное исследование, диссертация стимулирует научную дискуссию, поэтому высказанные замечания не снижают общей высокой оценки работы. Не вызывает возражений и апробационная база диссертации. Как можно судить по автореферату, И.И. Бакланова выступала с докладами на многочисленных конгрессах и конференциях, по теме диссертации опубликовано 30 статей, из них 15 входят в число рецензируемых из списка ВАК.

Нет сомнений, что перед нами оригинальное, самостоятельно выполненное научное исследование, характеризующееся **новизной и актуальностью**. На основании выполненных И.И. Баклановой исследований разработаны теоретические положения и методы, совокупность которых можно квалифицировать как научное достижение в области лингвистики -

это еще один шаг в изучении современного русскоязычного дискурса. Результаты проведенного автором диссертации исследования вносят значительный вклад в изучение специфики русского речевого поведения. Этим определяется **теоретическая значимость** диссертационной работы. Апробированная автором методика коммуникативно-прагматического анализа образов автора и адресата может быть использована на материале других дискурсивных практик.

Практическая ценность диссертационной работы обусловлена возможностью использования ее результатов в вузовских лекционных курсах по речевой коммуникации, лингвоимеджелогии, а также в спецкурсах по прагматике и дискурс-анализу.

Основные положения диссертации соответствуют специальности 10.02.01 – русский язык. Содержание диссертации полностью отражено в автореферате, а также в опубликованных работах.

Диссертация «Образ автора и образ адресата нехудожественного текста» представляет собой научно-квалификационную работу, в которой содержится решение исследовательской задачи, имеющей значение для развития лингвистической прагматики в рамках филологической науки, - описание образов коммуникантов в нехудожественном тексте. Она соответствует требованиям, установленным пп. 9-11 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842, а ее автор И.И. Бакланова заслуживает присуждения искомой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык

Отзыв составлен доктором филологических наук, профессором, заведующим кафедрой теоретической и прикладной лингвистики Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского Иссерс Оксаной Сергеевной, рассмотрен и одобрен на заседании кафедры теоретической и прикладной лингвистики Омского государственного университета

им. Ф. М. Достоевского 11 ноября 2014 г., протокол № 3. Заседание проведено заведующим кафедрой, доктором филологических наук профессором Иссерс Оксаной Сергеевной.

Доктор филологических наук,
заведующий кафедрой теоретической
и прикладной лингвистики,
декан факультета филологии и
медиакommunikаций Омского
государственного университета
им. Ф. М. Достоевского
профессор



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Омский государственный
университет им. Ф.М. Достоевского», Российская Федерация, 644066 г. Омск,
пр. Мира, 55 А. Тел. (381-2) 67-01-04 (приемная ректора) rector@omsu.ru,
официальный сайт: <http://www.omsu.ru>