

ОТЗЫВ
на автореферат диссертации И.И. Баклановой
«Образ автора и образ адресата нехудожественного текста»,
представленной на соискание
ученой степени доктора филологических наук
по специальности 10.02.01 — русский язык
(Москва, 2014)

Автореферат рецензируемой диссертации свидетельствует о новизне, оригинальности, серьезности и многоаспектности предпринятого исследования, имеющего междисциплинарный характер, востребованный в современной филологической науке, ориентированной на интеграцию ряда своих дисциплин в более широкое поле словесности, объединяющей как художественные, так и нехудожественные дискурсы.

Действительно, проблема, рассматриваемая в диссертации, находится на стыке языкознания, литературоведения и теории рекламы — неудивительно, что для ее решения автору работы приходится обращаться к методологии названных областей гуманитарного знания. Так, литературоведческий аспект обусловил использование теории точек зрения повествователя, разработанной Б.А. Успенским применительно к художественным текстам; лингвистический — обращение к постулатам речевого общения Г.П. Грайса; рекламный — к различным типам классификаций в области средств массовой коммуникации.

Так как для целостного овладения феноменом образов автора и адресата в нехудожественных текстах требуется комплексный, синтетический подход, в работе главенствует метод сравнительного анализа различных текстов на основе выработанных диссертанткой критериев. И здесь налицо продуктивные и оригинальные решения: так, параметры оценки образа автора меняются в зависимости от характера текста — если в мемуарном тексте это все четыре «точки зрения» (план оценки, план выбора языковых средств, план фактуальной информации и план психологии), то для

рекламного текста актуальными остаются только две (план выбора языковых средств, план фактуальной информации).

Особенно велика, на мой взгляд, практическая ценность рецензируемой работы для повышения культуры научного дискурса: так, применительно к научным текстам, она предоставляет возможность осознанно корректировать правила их написания в зависимости от предполагаемого адресата, что стоит взять на вооружение авторам учебников и учебных пособий, с одной стороны, и авторам проблемно-аналитических научных статей – с другой.

Не менее актуальны те части диссертации, где исследуется типология адресатов рекламного текста: практическую пользу для сочинителей этого рода текстов переоценить нельзя, здесь представлена настоящая инструкция по составлению рекламы.

Несмотря на достаточную разработанность поднятой в диссертации проблемы в отдельных областях научной литературы (нарратологии, интерпретации художественного текста, риторике, теории речевого воздействия, стилистике и культуре речи, изучении языковой личности и типов речевых культур, лингвистической прагматике, теории о неявных способах передачи информации и пр.), *междисциплинарное* исследование на столь обширном и разнородном материале проводится впервые, что, несомненно, повышает ценность рецензируемой работы.

В коротком отзыве невозможно уделить внимание всем достоинствам рецензируемой диссертации, но нельзя не отметить незаурядной эрудиции ее автора: в первой главе – «Из истории изучения образа автора и образа адресата», – где дается история вопроса, приводятся несколько десятков имен авторов работ, внесших вклад в его изучение. Диссертантка переосмысляет и творчески развивает достижения предшественников применительно к собственной научной задаче: так, распространяя сделанное В. Шмидом противопоставление *абстрактного, фиктивного и конкретного* автора художественного текста, она, в свою очередь, противопоставляет два типа образа автора нехудожественного текста, в зависимости от

коммуникативных намерений его отправителя, и на этой основе выделяет *перцептивный* и *интенциональный* образы автора – категории, необходимые ей для дальнейшего лингвистического анализа.

Перейду к отдельным немногочисленным замечаниям.

На мой взгляд, не вполне обоснован выбор для анализа именно той группы нехудожественных текстов, которые рассмотрены в диссертации: мемуарных, научных и рекламных. Почему не взяты, например, тексты публицистические или официально-деловые? Случаен ли выбор диссертантки или выбранные типы нехудожественных текстов каким-то образом соотнесены друг с другом?

Кроме того, при знакомстве с третьим параграфом третьей главы исследования – «Образ адресата научного текста», – в котором для отдельного анализа выделяются учебно-научные и собственно научные тексты, возникает вопрос: почему в этой классификации отсутствуют столь широко распространенные научно-популярные тексты?

Также неточно утверждение, что повествователь, от лица которого излагаются события в художественном тексте, «в определенной степени» представляет собой художественный образ – с литературоведческой точки зрения это *художественный образ* целиком и полностью!

Однако высказанные замечания нисколько не отменяют актуальности, новизны, теоретической ценности и практической значимости диссертации. И.И. Бакланова обнаружила блестящее знакомство с научной библиографией по теме. Её диссертация займет заметное место в научных дискурсах лингвистических и междисциплинарных исследований, вызовет интерес у литературоведов и специалистов по теории рекламы; материалы и выводы работы могут быть использованы и в научных исследованиях, и в современной рекламной практике, и в системе образования: при составлении курсов по стилистике русского языка, риторике, филологическому анализу текста и пр., а также при подготовке спецкурсов и спецсеминаров по отдельным аспектам этих дисциплин.

Автореферат Ирины Ивановны Баклановой отвечает всем необходимым требованиям, предъявляемым ВАК к работам этого типа. Его автор, несомненно, заслуживает присвоения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Доктор филологических наук,
ст.н.с. ИМЛИ РАН

О.А. Богданова

1 декабря 2014 г.

Подпись О.А. Богдановой заверяю

интер



(Биковская Л. Г.)

Богданова Ольга Алимовна

109431 Москва, ул. Авиаконструктора Миля, д. 4, корп. 1, кв. 205

8(495)7060885

olgabogda@yandex.ru

Институт мировой литературы им. А.М. Горького РАН

Старший научный сотрудник

отдела русской литературы конца XIX – начала XX века