

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

о диссертации 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; Москва, 2014; 384 стр. + Библиогр. и Исп. источники стр. 385 – 431

Актуальность диссертационного исследования И.И. Баклановой заключается в том, что описаны категории образа автора и адресата нехудожественного текста, являющиеся условием успешности текстовой коммуникации, обоснован выбор методов их интерпретации, а также выделены два аспекта образа автора текста – интенциональный и перцептивный, обнаруживающие неодинаковую степень сближения в разных дискурсах, что позволяет сделать вывод и о специфике коммуникативного взаимодействия автора и адресата в мемуарном, научном и рекламном текстах.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.

Как справедливо утверждает И.И. Бакланова, важнейшим отличием нехудожественного текста от художественного является возможность верификации информации в первом и установка на вымысел во втором (с. 6), тем не менее, опора на постулаты Г.П. Грайса обнаруживает свою действенность при исследовании как художественного, так и нехудожественного материала (с. 131-133).

Убедителен тезис и о двусторонности образа автора на уровне интенции отправителя и на уровне восприятия и понимания текста адресатом (с. 152, 153).

Положение о том, что образ автора создается эксплицитно и, в значительной степени, имплицитно, обосновано диссертантом, при этом не всю информацию, извлекаемую адресатом из текста, отправитель может контролировать. Так, только сообщение текстового имплицитного

содержания входит в явные намерения автора (с. 140), подтекстовое имплицитное содержание отражает его неявные намерения, а притекстовое содержание – это те случаи, когда автор «проговорился», поэтому обнаружение такой информации – это сфера деятельности адресата, поскольку автор не собирался сообщать о себе те или иные факты (с. 141).

Дополнительным обоснованием выводов о присутствии разных типов имплицитной информации служит обнаружение их в рассматриваемых И.И.Баклановой мемуарных, научных и рекламных текстах.

Убедительны выводы о разном моделировании образов автора и адресата, а также о способах аргументации в собственно научном и учебно-научном текстах (с. 268-271).

Точны рассуждения диссертанта и о природе интертекстуальности, которая должна быть опознана адресатом и которая служит средством ориентации автора на адресата в любом типе текста и дискурса. В зависимости от того, как автор представляет себе адресата, первый выбирает корпус цитируемых текстов, степень компрессии и трансформации чужого слова.

На основе проделанной И.И.Баклановой работы логично продолжение исследования образов автора и адресата в публицистическом и официально-деловом типах текста, а также постановка задачи по описанию разных образов автора в разных функциональных стилях (с. 384).

Достоверность полученных результатов подтверждается обширным проанализированным материалом, логичностью изложения, а также серьезной теоретической базой, о чем свидетельствует первая глава диссертации. Результаты исследования были апробированы на многочисленных научных конференциях, а также отражены в публикациях И.И.Баклановой.

Дискуссионные моменты, а также замечания к рецензируемому исследованию сводятся к следующему:

1. На наш взгляд, в первой главе целесообразно было бы выделить сферу конвенциональной коммуникации, использующую клишированные формы общения. Такой коммуникацией является речевой этикет в его устной и письменной формах, поэтому рассмотрение работ Н.И. Формановской логичнее выглядело бы в рамках отдельного параграфа.

2. Для мемуарного жанра нет разделения, признанного в лингвистической литературе, позволяющего моделировать интеллектуальный и профессиональный уровень адресата, как в собственно научных и учебно-научных текстах, между тем и автор мемуаров может представлять себе адресата, равного себе, как поступают Л. Чуковская или Н. Мандельштам, или же менее сведущего, как делает М. Ардов. В зависимости от избранной позиции автора, текст сопровождается «внутренними комментариями», призванными ввести адресата в курс дела.

И.И.Бакланова, анализируя мемуарные тексты, не учитывает важный, на наш взгляд, аспект: источник сведений, сообщаемых автором. Достоверность текста, который принципиально подлежит верификации, зависит от того, являлся ли сам автор свидетелем и участником описываемых событий, или же он узнал о них от третьих лиц. При отсутствии специальных маркеров для такой информации она не только вызывает недоверие адресата, но и может восприниматься как сплетня, т.е. «слух о ком, чём-л., основанный на неточных или заведомо неверных, ложных сведениях» [Большой толковый словарь, СПб., 2002. С. 1249]. Соответственно притекстовая информация такого рода дискредитирует образ автора подобного текста.

3. В третьей главе, анализируя научные тексты, И.И. Бакланова не приводит датировок статей, что уводит в подтекст довольно важную информацию. Идеологизация гуманитарных наук в советское время была довольно высока, поэтому не всегда можно достоверно определить степень добровольности идеологических клише, к которым обращался, к примеру, В.В. Виноградов. Кроме того, язык лингвистического исследования первой половины, середины и второй половины XX века претерпел существенные

изменения. Точно так же, примеры, приводимые автором той или иной статьи, будут свидетельствовать о круге чтения исследователя только для «докорпусного» периода развития русистики. Это верно для типологии предикатов Т.В. Булыгиной и примеров из Ф.М. Достоевского, но может не выступать в качестве характеристики автора для корпусной лингвистики.

4. В четвертой главе, рассматривая рекламные тексты, диссертант, указывая на то, что образ автора в данном дискурсе формируется иначе, чем в мемуарных и научных текстах, не ссылается на традицию интерпретировать ситуацию создания рекламного текста двумя участниками: заказчиком, или бенефициантом, и собственно создателем рекламного текста. Такая точка зрения отражена, в частности, в диссертации Е.С.Поповой «Рекламный текст и проблемы манипуляции» (Екатеринбург, 2005). При подобной интерпретации автор в значительной степени, на наш взгляд, лишается самостоятельности, какой обладает мемуарист или лингвист.

Разнообразный и быстроразвивающийся русскоязычный рекламный дискурс требует учета жанровых и коммуникативных особенностей текстов: так, с нашей точки зрения, логично было бы разделить аудио-рекламу радиостанции «Эхо Москвы» от печатных рекламных текстов в газете. Компрессивность письменных текстов может быть в значительной степени обусловлена условиями рекламодателя, который может предоставить такой информации определенное количество полос.

5. Интертекстуальность связывает автора и адресата любого текста, в том числе и рекламного, однако апелляция к прецедентным текстам предполагает учет возрастных страт. Воспроизведение на с. 321 диалога с аллюзиями к фильму «Ирония судьбы, или с легким паром» задает образ адресата от сорока лет и выше.

Мы хотели бы задать следующий вопрос:

Почему, несмотря на то, что в библиографическом списке присутствует работа Е.В.Падучевой о презумпции, в диссертации применительно к

моделированию взаимодействия автора и адресата не используется данный термин?

Разумеется, сделанные замечания не отрицают уровня проведенного исследования.

Научная новизна результатов исследования И.И. Баклановой заключается во введении в оборот понятий образа автора и адресата по отношению к нехудожественным текстам. Этот шаг позволяет иначе представить себе здание лингвистики текста, организованной общими, сквозными категориями. Таким образом, художественный и нехудожественный текст получают лицензированное право на равных рассматриваться в сфере речевой коммуникации.

Чрезвычайно интересными и плодотворными следует считать наблюдения диссертанта о расхождении интенционального и перцептивного образа автора. Создание автором собственного имиджа может натолкнуться на сопротивление адресата, который в праве не принять намерение автора или не согласиться с ним. В этом смысле внимание, уделенное в первой, теоретической части работам М.М. Бахтина оправдывается моделированием отношений автора и адресата, показанных в диссертации.

Результаты исследования И.И. Баклановой имеют **теоретическую значимость**, так как диссертант раскрывает механизм коммуникативного взаимодействия автора и адресата нехудожественного текста. **Практическая значимость** работы И.И. Баклановой заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в вузовских курсах по теоретической и практической стилистике, культуре речи, лингвистике текста.

И.И. Бакланова решила поставленные задачи, показав, каким образом план выбранных языковых средств, план оценки, излагаемые факты конструируют образ автора и на какого адресата автор рассчитывает. В работе было продемонстрировано изменение действия Принципа Кооперации и максим Качества, Количества, Отношения и Способа Г.П. Грайса в разных дискурсах и жанрах текста.

Результаты исследования прошли апробацию. По теме диссертации И.И. Бакланова опубликовала более 30 работ, включая монографию «Образ автора и образ адресата нехудожественного текста» (М., 2014). Публикации раскрывают положения, выносимые на защиту. Автореферат отражает содержание диссертации.

Диссертация полностью соответствует требованиям пп. 9-13 действующего «Положения о порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым к работам подобного жанра, а ее автор, Бакланова Ирина Ивановна, заслуживает присуждения ей искомой ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Официальный оппонент,
доктор филологических наук

г. Москва



Фролова

О.Е.Фролова

26 ноября 2014 г.

Сведения об оппоненте:

Фролова Ольга Евгеньевна

Зав. лабораторией фонетики и речевой коммуникации

филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Адрес: 119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 51,

филологический факультет,

Тел.: 8 495 939 32 56

Эл. адрес: olga_frolova@list.ru