

ОТЗЫВ

официального оппонента о кандидатской диссертации
Торбик Елены Михайловны «Персуазивные коммуникативные стратегии в деловом дискурсе (на материале англоязычных проектных заявок)»,
представленной на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка
г. Тверь, 2017

Системное описание стратегий эффективного коммуникативного воздействия и языковых средств их реализации является важнейшей задачей современной коммуникативной лингвистики. В этом отношении **актуальность** диссертационной работы Е. М. Торбик не вызывает сомнений. Кроме того, объектом исследования является жанр делового дискурса, появившийся сравнительно недавно и имеющий широкое распространение в деловой среде, однако ещё недостаточно изученный лингвистами, особенно в России.

Теоретическая значимость работы заключается в уточнении сущностных характеристик речевого жанра «проектная заявка», разработке классификации персуазивных коммуникативных стратегий и тактик, релевантных для этого жанра, раскрытии убеждающего потенциала анализируемых языковых средств и их соотнесении с выявленными тактиками.

Научная новизна работы обусловлена, во-первых, чётким разведением схожих, но не тождественных видов документации, соотносимых с исследуемым речевым жанром (Project Proposal), и валидизацией русского эквивалента (проектная заявка), номинирующего данный речевой жанр в отечественной деловой сфере. Во-вторых, в рамках указанного жанра впервые были описаны и систематизированы стратегии и тактики убеждающего воздействия, а также языковые средства различных уровней, способствующие осуществлению такого воздействия. Предложенные классификации и тщательный количественный и интерпретативный анализ эмпирического материала свидетельствуют о

существенном **личном вкладе** диссертантки в разработку вопросов теории коммуникации, бизнес-лингвистики, теории речевых жанров, практической стилистики и лингвопрагматики.

Объективность и достоверность полученных результатов обеспечивается значительным объёмом репрезентативного эмпирического материала (1676 страниц) и совокупностью исследовательских методов (понятийный анализ, интерпретативный анализ, семантический анализ, количественный анализ, сравнительно-сопоставительный анализ), адекватных сформулированным целям и задачам. Сразу отмечу, что все поставленные в работе задачи решены в полной мере.

С практической точки зрения, диссертация Е. М. Торбик представляет собой ценный материал для учебных курсов по деловой коммуникации, который может быть использован как руководство для написания проектных заявок как в англоязычной, так и русскоязычной среде.

Структура работы отражает логику решения поставленных задач, а положения, выносимые на защиту, в полной мере раскрывают суть работы и обобщают полученные результаты. В диссертации представлена солидная библиографическая база по проблематике исследования, насчитывающая 272 источника, треть которых составляют работы на иностранных языках.

Первая глава диссертации посвящена рассмотрению проектной заявки как речевого жанра делового дискурса. В фокусе внимания автора оказываются вопросы, связанные с конститутивными признаками речевого жанра (тема – стиль – структура). На основании анализа и сопоставления изученных концепций и подходов к исследованию речевых жанров диссертанткой были выделены следующие базовые признаки речевого жанра «проектная заявка»: смена говорящих, завершённость высказывания, целенаправленность, адресованность, контакт с действительностью, типичная воспроизводимая жанровая форма, а также

единство тематического содержания, стиля и композиции, отражающие специфику бизнес-сферы. Важным является вывод о том, что для данного речевого жанра характерна «интеграция официально-делового, научно-технического и публицистического стиля в любых сочетаниях в зависимости от типа проектной заявки, её тематики и цели автора» (с. 75-76).

Следует отметить, что проектная заявка рассматривается в работе, с одной стороны, как сложный коммуникативный процесс (с. 27-28, 80), включающий в себя ряд этапов и «несколько сложных речевых жанров письменного делового дискурса», а с другой, как форма его текстовой реализации – документ, «содержащий последовательное и детальное описание действий, направленных на решение некой проблемы» (с. 48). Этим, очевидно, объясняется включение в материал исследования, как указано во введении, перечня других документов, таких как задание на выполнение работы, обоснование инвестиций, письма-одобрения, письма-отказы и др. Тем не менее, во второй главе диссертантка анализирует только тексты проектных заявок. В этой связи не совсем понятно, какова эвристическая ценность указанных видов документов, не являющихся собственно проектной заявкой.

Теоретическую базу работы, на мой взгляд, следовало бы усилить за счёт более подробного освещения и критического осмысления вопросов, связанных с теорией речевого воздействия и лингвокогнитивной теорией аргументации. При этом можно было бы значительно сократить раздел 1.1. «Деловой дискурс как объект изучения бизнес-лингвистики», не имеющий существенного значения для общей концепции работы.

Во второй главе автор предлагает классификацию базовых коммуникативных стратегий убеждения, в которой выделяются четыре общие стратегии (контактоформирующая, самопрезентация, информационная, интенсификация персуазивного воздействия) на основании общих целей, которые ставит перед собой индуктор при

составлении Проектной заявки. Далее общие стратегии подразделяются на частные стратегии и коррелирующие с ними коммуникативные тактики. На заключительном этапе осуществляется подробный количественный и интерпретативный анализ языковых средств и маркеров реализации выявленных тактик. Здесь хотелось бы обратить внимание диссертантки на недостаточно чёткое разграничение воздействующих коммуникативных стратегий и собственно персуазивных стратегий.

В этой связи серьёзные сомнения вызывает причисление контактоформирующей стратегии к персуазивным стратегиям. Данная стратегия является универсальной коммуникативной стратегией делового дискурса. Её максимальная конвенциональность и формульность всего лишь регламентируют взаимодействие коммуникантов и структурируют дискурс, но вряд ли позволяют индуктору убедить реципиента в чём-то. Очевидно, что диссертантка сама осознаёт недостаточный персуазивный потенциал данной стратегии, так как относит её к разряду второстепенных (с. 89). Возникают некоторые вопросы и по поводу тактик контактоформирующей стратегии. Так, на мой взгляд, тактика краткого обзора проекта – категория другого уровня, нежели тактики благодарности и вежливости, тактика резюмирования, тактика завершения письма. Краткий обзор является, скорее, структурным элементом текста, нежели коммуникативной тактикой. Кроме того, в рамках стратегии прекращения контакта выделяется всего лишь одна тактика – тактика завершения письма. Чем тогда тактика отличается от стратегии?

Особого внимания заслуживает анализ языковых средств. Автор выявляет маркеры соответствующих стратегий на семантическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Отмечу, что представленный инвентарь средств открывает широкие перспективы, в частности, для исследования персуазивного потенциала семантики языковых единиц, особенно метафорических. Кроме того, интересно было бы более подробно

рассмотреть случаи неудачных реализаций персуазивных стратегий и тактик (на с. 122 приводится интересный пример на эту тему).

С практической точки зрения несомненным достоинством работы является наличие качественного перевода на русский язык анализируемых фрагментов англоязычных проектных заявок.

В целом текст работы соответствует требованиям к стилю и оформлению диссертационного исследования. Работа написана хорошим академическим языком. Тем не менее, в качестве замечания хотелось бы указать на некорректность некоторых формулировок. Так, непонятно, на каких основаниях диссертантка относит слова *please* (с. 97) и *for example* (с. 135) к наречиям, а *by means of* (с.141) к идиомам? Почему словосочетание *is likely to* (с. 153) относится к морфологическим средствам?

Для обсуждения во время процедуры защиты предлагаются следующие вопросы:

1. В выводе 5 по первой главе указывается, что признаком научного стиля является «наличие рассуждений, объяснений и доказательств» (с. 76). Означает ли это, что данный признак не характерен для официально-делового и публицистического стилей? И является ли это признаком именно стиля в принципе?

2. В чём состоит эвристическая ценность опроса (на с. 45 он именуется как эксперимент) 52-х инженерно-технических работников двух компаний, реализующих проекты строительства в нефтегазовой сфере?

3. В работе чётко разводятся такие виды речевого воздействия, как убеждение и внушение (с. 88). Хотелось бы уточнить, как в концепции автора соотносятся понятия «убеждение» и «аргументация».

4. Убеждение как речевое воздействие подразумевает процесс и результат. Ведь можно убеждать, но не убедить. Возможно ли каким-либо образом ранжировать описанные стратегии и тактики с точки зрения их

удельного веса и эффективности в процессе убеждения в исследуемом речевом жанре?

В целом можно констатировать, что диссертационное исследование Е. М. Торбик представляет собой законченное, самостоятельное научное произведение, в достаточной мере обладающее теоретической и практической значимостью, а также несомненными признаками актуальности и новизны. Диссертация соответствует паспорту заявленной научной специальности и отвечает всем квалификационным требованиям, предъявляемым к работам данного типа (пп. 9-11 «Положения о присуждении учёной степени» от 24 сентября 2013 г. №842). В связи с вышесказанным, считаю, что Торбик Елена Михайловна заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Кандидат филологических наук (10.02.19 – теория языка),
доцент кафедры теории языка и перевода
Тверского государственного университета

С. А. Колосов С. А. Колосов

Адрес: 170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33
e-mail: serge-kolosov@yandex.ru
6 февраля 2017 года

*Подпись С. А. Колосова
уверено
префектор по ИИЯ*

И. А. Копылов



И. А. Копылов