

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

Стеблецовой Анны Олеговны

о диссертации Елены Михайловны Торбик

«Персуазивные коммуникативные стратегии в деловом дискурсе
(на материале англоязычных проектных заявок)» Астрахань, 2016,
представленной на соискание ученой степени кандидата
филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка

Рецензируемое исследование выполнено на стыке бизнес-лингвистики, теории коммуникации и теории речевых жанров. В центре внимания автора находится весьма *актуальная* проблема – коммуникативные стратегии убеждающего воздействия на адресата и языковые средства его реализации. Стратегии убеждения или персуазивные стратегии в терминологии автора рассматриваются на материале нового жанра современного делового дискурса – проектной заявки. Выбор данного исследовательского объекта является чрезвычайно актуальным, поскольку жанр проектной заявки на английском языке получает широкое межкультурное распространение, его используют всё большее количество представителей русскоязычной культуры, имеющих весьма смутное представление о нормативности его языковых средств и эффективности персуазивных стратегий. С этих позиций исследование жанра проектных заявок для представления полной классификации их коммуникативных тактик и стратегий, а также детального описания их языковой манифестации бесспорно имеет важное *прикладное значение*.

Изучение деловой коммуникации, отдельных жанров делового общения, является чрезвычайно своевременной задачей современной лингвистики. Возросшая в современном мире международная активность людей, стремящихся к сотрудничеству и решению задач с представителями

разных языковых культур, обуславливает необходимость расширения знаний о способах коммуникативного воздействия на дискурсивных партнеров, о лингвистических механизмах и средствах реализации коммуникативного убеждения. И в этом контексте работа Елены Михайловны Торбик дает возможность получить достаточно глубокое представление о нормативных средствах и способах реализации персуазивных стратегий в жанре проектной заявки.

Новизна настоящего исследования заключается, на наш взгляд, в определении места речевого жанра проектной заявки среди сходных дискурсивных жанров, в обосновании межстилевого или гибридного характера проектной заявки, в текстах которой автор выявляет сочетание признаков делового, научного и публицистического стилей речи. Предложенная диссертанткой типология коммуникативных стратегий убеждения является весомым вкладом в теоретическую базу бизнес-лингвистики и свидетельствует о существенном *теоретическом значении* исследования.

Достоверность результатов диссертации обеспечивается рядом факторов. В теоретическом плане автор опирается на прочный научный фундамент, основу которого составили классические работы в области дискурсивного анализа, теории речевых жанров, теории коммуникации отечественных и зарубежных лингвистов. В значительной степени исследование автора базируется и на относительно новом направлении, находящемся на стыке дискурс-анализа и теории деловой коммуникации – бизнес-лингвистике. В методологическом плане соискатель успешно применяет лингвистические методы контекстуального, интерпретативного и текстового анализа, приемы количественной обработки материала. Обратим особое внимание на тщательность статистического анализа выявленных лексических и морфологических единиц. Надежность и достоверность

полученных данных также обеспечена репрезентативным практическим материалом – корпус исследования составили 1676 страниц текстов проектных заявок. Кроме того, научная достоверность исследования обусловлена также широкой апробацией результатов на международных научных и научно-практических конференциях, семинарах, научных сессиях. По теме исследования опубликовано 10 работ (общим объемом 3,7 п. л.), среди которых 3 статьи в изданиях, входящих в перечень ВАК Минобрнауки РФ.

Работа Е.М. Торбик хорошо структурирована, состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений. Во введении полно представлены все необходимые атрибуты исследования. Положения, выносимые на защиту, раскрываются в ходе дальнейшего изложения работы, что позволяет достаточно четко проследить процесс их обоснования и подтверждения. Библиографический раздел насчитывает 272 источника, включающих 107 англоязычных трудов. Автор приводит список используемых словарей и других лексикографических справочников, а также перечень источников фактического материала. Общий объем диссертации составляет 208 страниц. Композиция и логика диссертации отвечают целям и задачам исследования, полученные результаты позволяют считать гипотезу исследования подтвержденной, а основные положения доказанными.

Личный вклад соискателя в разработку поставленной проблемы заключается, на наш взгляд,

- в уточнении композиционно-содержательной структуры проектной заявки, её дискурсивных характеристик, а также в рассмотрении жанра проектной как единого коммуникативного процесса ;
- в выявлении и описании различных типов заявок коммерческой и некоммерческой сфер деятельности;

- дифференциации англоязычных видов project proposal и аналогичных русскоязычных деловых текстов – бизнес-планов, коммерческих предложений, технических обоснований.

Несомненным достоинством теоретической части работы является всесторонний анализ существующих позиций российских и зарубежных авторов по вопросам профессиональной и технической коммуникации, делового дискурса и бизнес-лингвистики. На основе изученных работ зарубежных исследователей (Агарвал, Лэндис, Саливан, Коген и др.) соискатель формулирует свое представление о деловой коммуникации как о «видовом понятии профессиональной коммуникации» (с.17), обязательными модусами которой являются устная и письменная речь, а факультативные элементы зависят от «специфики и контекста коммуникативного процесса» (с.17). Кроме того, в параграфе (с.45-55) автор рассматривает зарубежные классификации Proposals, определяя место проектной заявки в ряду других сходных типов текста. Результаты авторского обзора, обобщенные в виде сходств и различий, наглядно продемонстрированы в таблице 1 *Типология проектных заявок* (с. 206).

Основные достижения исследования содержатся в его практической части. К ним мы относим следующие:

- разработка подробной классификации стратегий и тактик убеждения как иерархической системы, призванной оказать персуазивное воздействие на реципиента (с. 86 -88);
- тщательный анализ стратегий и тактик *самопрезентации* (параграф 2.4 второй главы) и обоснование тактики *персонализации, оппозиционирования, создания «своего круга», подчёркивания качественных и количественных показателей, ссылки на опыт* (с. 106)

- выявление ключевой для жанра проектной заявки стратегии *интенсификации персуазивного воздействия* и реализующих ее тактик *сопоставления, прогнозирования, ссылки на авторитет, приведения научных и статистических данных* (с.148);
- скрупулезное описание лексических, лексико-грамматических морфологических, синтаксических средств реализации всех персуазивных стратегий и тактик (см. пп. 2.3,2.4,2.5,2.6).

К числу сильных сторон работы отнесем выявление и описание особенностей использования тактики *рациональной и эмоциональной аргументации* с целью усиления убеждающего воздействия (с.158). Особый интерес представляет тот факт, что автор обнаруживает эмоционально-окрашенные лексические средства аргументации в текстах проектных заявок, подтверждая тем самым современную тенденцию к деформализации англоязычного делового стиля.

Суммируя вышесказанное, можем заключить, что диссертация Елены Михайловны Торбик является самостоятельной и новаторской работой, которая производит самое благоприятное впечатление. Естественно, исследование такого уровня порождает дискуссионные вопросы, размышления и замечания, которые предлагается вынести на защиту.

1. В первом положении, выносимом на защиту, автор формулирует признаки персуазивного воздействия «...однаправленность речевого поведения, намеренность, спланированность, относительная открытость его осуществления, осознанность обоими коммуникантами, синтез рационального и эмоционального аргументирования, а также возможность осмысления содержания убеждающего высказывания» (с. 6). Просим уточнить, что такое «однаправленность речевого поведения». Вызывает некоторое сомнение последняя из перечисленных характеристик – «возможность осмысления содержания убеждающего высказывания».

Правомерно ли считать «возможность...» признаком некоего явления, в нашем случае – персуазивного воздействия?

2. В четвертом положении на защиту автор утверждает, что «критериями классификации персуазивных коммуникативных стратегий и тактик являются: а) *степень глобальности* намерения в соответствии с которой выявленные стратегии делятся на общие и частные, б) *непосредственное осуществление* убеждения или его *косвенность*, в соответствии с которым выявленные стратегии делятся на основные и второстепенные,». (с. 7, *курсив наш*). Здесь возникают следующие вопросы - уточнения:

- как определялась / измерялась *степень глобальности* намерения?
- непосредственное осуществление убеждение – это прямое, эксплицитно выраженное речевое воздействие на реципиента, судя по тому, что оно находится в оппозиции косвенному? Или автор вкладывает в выражение *непосредственное осуществление убеждения* иной смысл?

3. В п.2.2. Главы 1 охарактеризованы общие и частные персуазивные стратегии. К ним автор относит контактоформирующую (общую) стратегию и частную стратегию установления, поддержания, прекращения контакта. Очевидно, однако, что контактоустанавливающая стратегия используется в любых жанрах и видах делового дискурса, особенно если речь идет о письменной деловой коммуникации, она носит универсальный, внежанровый характер. Насколько правомерно относить её к персуазивным стратегиям? Здесь же позволим себе высказать небольшое замечание относительно неудачного, на наш взгляд, термина «прекращение» контакта. Ведь *прекращение* обычно подразумевает *остановку, прерывание чего-либо*, тогда как в тексте диссертации речь идет о *завершении* определенного этапа коммуникации.

4. Вызывает вопрос обсуждаемая автором *тактика просьбы* (с. 130) и ее трактовка - *«проблема, лежащая в основе Проектной заявки, преподносится индуктором таким образом, что в её решении заинтересованы как индуктор, так и реципиент...»* (с. 130), отличающая, по мнению автора, просьбу от требования. С позиций прагматики просьба от требования / приказа отличается обязательностью / необязательностью исполнения, дистанцией между коммуникантами, иерархией их позиций по отношению друг к другу, а также бенефактивностью действия для одного из коммуникантов. Возможно, в жанре проектной заявки используется тактика *предложения*, в котором заинтересованы обе стороны? Что касается примеров просьб с глаголом request (с.129-130), то нам кажется, что это и есть речевой акт заявки или запроса, и от просьбы его отличает ритуализованность или нормативность употребления именно этого перформатива в жанре заявки или предложения.

Поставленные вопросы и высказанные замечания носят дискуссионный характер и ни в коем случае не снижают общего позитивного впечатления о работе. Можно заключить, что рецензируемое исследование является глубокой, целостной и оригинальной работой, решающей актуальные вопросы дискурсивного анализа и теории речевых жанров, что полностью соответствует паспорту научной специальности 10.02.19. – теория языка.

Автореферат и публикации Елены Михайловны Торбик в полной мере отражают основные положения и результаты исследования.

На основании вышесказанного считаем, что диссертация Елены Михайловны Торбик «Персуазивные коммуникативные стратегии в деловом дискурсе (на материале англоязычных проектных заявок)» отвечает всем требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям на основании пп. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013

года № 842, а ее автор заслуживает присуждения степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Стеблецова Анна Олеговна,

доктор филологических наук (10.02.20), доцент,
заведующая кафедрой иностранных языков.

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Воронежский государственный медицинский
университет имени Н.Н. Бурденко»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Тел. (8473) 253 12 94

Адрес: 394036, г. Воронеж, ул. Студенческая, д. 10

Email: annastibl@mail.ru

Подпись А. О. Стеблевой удостоверяю.

Ученый секретарь ВГМУ им. Н.Н. Бурденко

