

ОТЗЫВ

**Кандидата филологических наук,
старшего преподавателя кафедры английского языка №2
Е.В. Темновой**

**на автореферат диссертации Гаджиевой Лалы Абдулсалам кызы
«Языковые стратегии и тактики репрезентации авторской модальности в
дискурсе деловых печатных СМИ (на материале изданий «Коммерсантъ»,
«Эксперт», «The Economist», «The Financial Times»)»
на соискание ученой степени кандидата филологических наук
по специальности 10.02.19 – теория языка**

Выбранная Лалой Абдулсалам кызы проблематика в русле изучения способов языковой объективации авторской модальности в деловом медиатексте заслуживает особого внимания, т.к. в ней впервые рассматриваются условия реализации интенциональности в рамках в деловой коммуникации посредством механизма модальности как функционально-семантического компонента высказывания.

Опираясь на опубликованные в последние годы работы в области языковой модальности, прагматики, дискурсивного анализа Л.А. Гаджиева в своем исследовании делает попытку предложить такой подход к изучению авторской модальности, который затрагивает многие аспекты прагматического, стилистического и лингвистического анализа.

Используя новейшие подходы, реализуемые в отношении заявленной проблематики в перечисленных выше научных отраслях гуманитарного знания, автор диссертации выделяет значимые особенности понятия персуазивности, составляющей основу авторской интенциональности в деловом дискурсе, и проявляющейся через диалектическое посредничество «модус-диктум».

Актуальность предпринятого исследования в первую очередь обусловлена возрастающей ролью делового (экономического) дискурса, а также потребностями коммуникантов достичь определенного уровня воздействия на

реципиентов, позволяющего в известной мере манипулировать их сознанием и поведением.

Научная новизна рецензируемой работы состоит в том, что впервые столь полно исследуется авторское присутствие и средства его манифестации в таком виде институционального дискурса, как деловой. При этом автор разрабатывает собственную методику комплексного анализа репрезентации авторской модальности на всех уровнях языка в деловом дискурсе. В исследовании представлена развернутая номенклатура типов языковой личности автора (авторов) текстов деловых СМИ, рассмотренная через призму модальности.

С одной стороны, исследование ставит перед собой задачу рассмотреть механизмы реализации основной прагматической установки делового дискурса, а именно оказания воздействия на целевую аудиторию, в их взаимосвязи с основными. С другой стороны, в работе впервые рассматриваются особенности реализации авторской модальности в деловом дискурсе на материале англоязычной и русскоязычной прессы с использованием сравнительно-компаративного анализа, а также выделяются общие для русскоязычных и англоязычных СМИ модели на лексическом, синтаксическом и стилистическом уровнях.

Теоретическую значимость работы докторанта трудно подвергнуть сомнению. Автор развивает принципы парадигматического подхода к изучению построения дискурса массовой коммуникации, который заключается в изучении модусных структур в корреляции с его прагматической установкой.

Важность исследования определяется его вкладом в разработку теории языковой личности, теории модальности, «теории автора», а также методик анализа этой базовой дискурсивной и текстовой категории в текстах публицистического характера экономической направленности.

Работа производит впечатление зрелого научного исследования, в котором выполнены поставленные во Введении **задачи**:

- 1) рассмотреть и описать специфику делового дискурса и, в частности, дискурса деловых печатных СМИ;
- 2) в контексте теории языковой личности обосновать особый характер категории «авторская модальность» в деловом медиатексте, охарактеризовать её содержание и структуру, учитывая особенности данного вида институционального дискурса;
- 3) определить номенклатуру видов авторской модальности (позиции автора, «образа» автора) в деловой публицистике, структуру языковой личности журналиста-экономиста, аналитика-экономиста, эксперта-экономиста;
- 3) выявить и описать дискурсивно-языковые стратегии и тактики выражения авторской модальности в текстах делового дискурса на различных уровнях языка и языковые средства её реализации.

Обращает на себя внимание тщательная разработанность процедур, методов проведения исследования, формулирование гипотезы, активное использование источников по теории и практике бизнес-коммуникации.

Нельзя не отметить **практическую ценность** данного исследования, его материал и результаты могут быть использованы в преподавании таких дисциплин, как общее языкознание, теория коммуникации, дискурсивный анализ, стилистика, культура речи, деловая риторика, теория и практика перевода, сравнительная типология и др.

Достоверность научных положений и выводов, верифицируемость результатов работы не вызывает сомнений, так как в ней использован обширный корпус исследовательского материала.

Отдельного внимания заслуживают примеры авторской модальности, которая реализуется в аналитических медиатекстах с использованием нескольких видов лингвистического выражения (вводные модальные слова и словосочетания, модальные наречия). При этом Гаджиева Л.А. не ограничивается лексическими дискурсивными средствами. Также широко представлены синтаксические конструкции, в которых реализуется авторская

субъективная модальность, среди которых важную роль играют риторические вопросы, вставные конструкции, парцеллированные конструкции, эллиптические конструкции, инверсия. Можно считать удачной попытку диссертанта учитывать денотативно-сигнификативные установки языкового знака, реализующиеся в семантических оценочных средствах анализируемых структур.

Таким образом, анализируя оценочную лексику, использующуюся в прессе для передачи различных оттенков авторского отношения, Гаджиева Л.А. приводит собственную классификацию субъективной авторской модальности.

Например, к оттенкам авторского отношения Гаджиева Л.А. относит следующие: недовольство/негодование; разоблачение/осуждение; иронию/высмеивание; унижение/ осуждение. Данные структуры образуют отдельные концепты и могут являться концептообразующими в публицистическом дискурсе, и при этом могут быть положены в основу дальнейших исследований, выполненных в парадигме когнитивной науки.

Рецензируемое исследование, пожалуй, одно из немногих, где настолько всеобъемлюще рассмотрена авторская модальность в рамках делового дискурса.

Автореферат диссертации «Языковые стратегии и тактики репрезентации авторской модальности в дискурсе деловых печатных СМИ (на материале изданий «Коммерсантъ», «Эксперт», «The Economist», «The Financial Times»)» на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка, представляет собой завершенную научно-квалификационную работу на актуальную тему, которая содержит выводы, имеющие существенное значение для современной лингвистической науки. Структура и логика изложения выглядят достаточно обоснованными. Автореферат написан логично, доказательно, ясным научным языком.

Работа полностью соответствует критериям Положения о порядке присуждения ученых степеней ВАК РФ, а ее автор Гаджиева Л.А. заслуживает

присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Старший преподаватель кафедры английского языка №2

Кандидат филологических наук

30 мая 2017г.

Е.В. Темнова

