

«УТВЕРЖДАЮ»
Первый проректор,
проректор по научной и инновационной работе
федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых»
доктор физико-математических наук, профессор
В. Г. Прокошев


«*В. Г. Прокошев*» 2015г.

ОТЗЫВ

ведущей организации о диссертации Елены Сергеевны Велим «Языковые особенности в структуре современного молодежного масс-медийного дискурса», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика (филологические науки)

Диссертация Е.С. Велим посвящена исследованию интересной и актуальной темы – изучению языковых особенностей молодежной культуры в современном молодежном масс-медийном дискурсе. Она представляет собой законченное научно-практическое исследование, выполненное на должном уровне. В работе представляется важным выявление типологии заимствованной лексики в текстах молодежных СМИ, а также описание и характеристика молодежного сленга в современном медийном дискурсе.

Материалом исследования послужил текстовый массив, включающий медиатексты различной тематики, которые наиболее актуальны и популярны среди части сегодняшней молодежи. Можно согласиться с выбором автора, действительно, тексты подобных изданий содержат богатый исследовательский материал, что и позволило диссертантке описать особенности функционирования молодежного сленга в печатных средствах

массовой информации, определить его влияние на разговорную и письменную речь.

Научная новизна работы состоит в том, что «проанализированы особенности молодёжного языка как форма репрезентации современной молодёжной субкультуры в масс-медийном пространстве; охарактеризованы рекламные тексты в рамках теории дискурсивного анализа в функциональном и лингво-культурологическом аспектах в структуре современных молодежных масс-медиа; на качественно новом уровне предпринят словообразовательный анализ рекламных текстов с целью определения наиболее продуктивных способов образования неологизмов в молодежной сфере речевой деятельности» (с. 9).

Цель работы, по мысли автора, «заключается в выявлении и анализе молодёжного языка как формы репрезентации молодёжной культуры, обосновании статуса молодёжного дискурса как функционально-речевого явления и определении его соотношения с молодёжным сленгом в масс-медийном пространстве» (с. 5), что и реализовано в ряде задач, разрешаемых в исследовании.

Структура диссертации достаточно традиционна: работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы, включающего сто семьдесят пять наименований. Общий объем работы составляет сто семьдесят четыре страницы. Логико-содержательная структура работы является хорошо продуманной, выстроенной, соответствующей поставленным во Введении целям и задачам исследования.

Первая глава «Представленность молодежной культуры в структуре современного молодежного масс-медийного дискурса» посвящена исследованию медиатекстов с точки зрения лингвистики, что является лингвокультурологической проблемой, внимание к которой позволяет автору

понять процесс формирования современной языковой личности. В данном разделе проанализирован язык современной молодежи в рамках современного медийного дискурса и его позиция относительно литературного стандарта и речевой культуры. Так как молодёжная культура образует особую категорию, имеющую не только свой стиль, имидж, ценности, нормы и манеру поведения, но и собственный язык, то главной задачей диссертантки стало определение молодёжного языка как отдельной ипостаси молодёжной культуры в структуре современного масс-медийного пространства (1.1). Проанализированы такие важные аспекты, как представленность молодёжной культуры и функционирование молодёжного языка на страницах современных СМИ (1.2). Е.С. Велим отметила языково-стилистические изменения в современных молодёжных печатных СМИ и представила их в работе многопланово: на содержательном, семантическом и стилистическом уровнях (1.3).

В ходе непосредственного наблюдения и анализа молодёжных изданий, содержательной основой которых выступают наиболее употребляемые слова в языке юношей и девушек и выражающие особенные черты молодёжной субкультуры, были выявлены основные языковые особенности масс-медийного дискурса (1.4). Задачу диссертантки по рассмотрению текстов современных молодёжных журналов, с точки зрения базовых представлений о языковых нормах, можно считать весьма интересной и плодотворной. Отметим, что она с ней вполне справилась.

Хотелось бы уточнить: 1. В чем проявляется трансформация языка молодёжных печатных СМИ и с чем это связано? 2. В чем заключается специфика формирования молодёжных субкультур и как выражается отношение СМИ к обозначенным неформальным объединениям?

Во второй главе «Функционирование заимствованной лексики как составляющей молодёжного сленга на страницах современных молодёжных СМИ» выявлены и проанализированы наиболее яркие иноязычные

заимствования, исследованы их разновидности, а также рассмотрены особенности их функционирования в современном медиа-тексте, для чего автору понадобилось решить следующие задачи: «дать определение иноязычных заимствований; проследить пути проникновения и основные этапы освоения заимствований в русском языке, наиболее часто употребляемые современными молодежными изданиями; на конкретных примерах выявить целесообразность употребления заимствований в молодежных СМИ» (с.150).

Первый параграф второй главы посвящен исследованию молодежного сленга в языке современных молодежных печатных СМИ, изучению социолингвистического понятия «язык молодежи», а именно «внутренней оппозиционности концептосферы «язык молодежи» и ее лингвистических репрезентаций» (с. 72).

В ходе исследования Велим Е.С. были выявлены основные причины использования англицизмов на страницах молодежных изданий и исследованы их смысловые значения при переходе из английского языка в русский; на интерлингвистическом уровне проанализированы медиаобусловленные механизмы взаимодействия языков (2.2). Материал подкрепляется значительным количеством примеров.

В параграфе 2.3 автор изучил этапы развития молодёжного сленга в России, рассмотрел пути и способы его пополнения и проследил, как это явление отражается на молодежной прессе. И в ходе исследования приходит к следующему выводу: современный молодежный сленг образует динамическую систему, развивающуюся в результате заимствования и калькирования из других языков, а основной причиной использования заимствований, в частности англицизмов, является облегчение общения молодых людей друг с другом.

В параграфе 2.4 диссертанткой выявлена степень лексико-семантической адаптации заимствованной лексики как составляющей

молодежного сленга на страницах современной молодежной прессы, что подразумевает словообразовательное и семантическое освоение, реализация которых имеет прямую зависимость от структуры дискурса.

Вопросы: 1. Какой, на Ваш взгляд, не менее важный фактор, наряду с развитием информационных технологий и активизации межкультурных коммуникаций, способствует экспансии англицизмов в языке масс-медиа? 2. В ходе исследования Велим Е.С. затрагивает такую проблему, как «переход слов из сленга в разряд «нормальных» (с. 96), поясните, пожалуйста, что подразумевается под этим понятием?

В рамках III главы «Особенности реализации масс-медийного рекламного текста» научного исследования современная реклама молодежных изданий рассматривается как «особая разновидность массовой коммуникации, в которой создаются и распространяются информативно-образные, экспрессивно-суггестивные тексты, адресованные группам молодых людей с целью побудить их к нужным рекламодателю выбору и поступкам, соответственно написанные особым специфическим языком для создания более яркого и запоминающегося образа» (с. 150). Е.С. Велим приходит к выводу, что рекламные сообщения в молодежной прессе в силу своей оперативности, повторяемости, широкого охвата рынка является одним из самых эффективных и наиболее часто используемых средств распространения рекламной информации (3.1).

В параграфе 3.2 анализ рекламных текстов, проведенный диссертанткой с точки зрения фоники, показал, что фонетические особенности языка обеспечивают своеобразный эмоциональный рисунок (приемы аллитерации, ассонанса, рифмы, повтора), обладающий особой суггестивной силой, с целью воздействовать на адресата.

В параграфе 3.3. диссертантка рассмотрела процесс проникновения англоязычных слов в масс-медийный рекламный дискурс и проанализировала функциональные особенности англоязычных

заимствований, что позволило ей вычленить лексико-тематических группы, представляющие базовые тематические пространства их употребления. Возникает вопрос, почему рекламный дискурс в молодежной прессе Вы рассматриваете как более успешное и эффективное средство в подаче информации о товаре или услуге и привлечении потенциальных покупателей, чем, например, реклама на телевидении или радио.


Достоверность полученных данных подтверждается четко выстроенной научной аргументацией, а также результатами эмпирического анализа и контекстуального исследования. Е.С. Велим эффективно использовала теоретические и методологические положения, сформулированные в современных исследованиях отечественных и зарубежных ученых, и применила их на практике – при изучении обозначенной проблемы. Подтверждением основных тезисов служит обширный фактический материал.

В целом диссертационная работа выполнена на высоком профессиональном уровне и производит благоприятное впечатление: она четко структурирована, логика рассуждений соблюдена, выводы основаны на анализе конкретного материала. Диссертация написана понятным языком, и автор не впал в терминологическую крайность, что иногда случается с молодыми исследователями. Диссертация читается с интересом, что немаловажно. Она состоялась как самостоятельное, концептуальное исследование, имеющее определённую научную значимость и перспективу. Диссертация имеет несомненную практическую ценность, так как результаты исследования могут быть использованы в вузовских курсах по журналистике. В то же время не обошлось и без «ложки дегтя»: местами примеров слишком много, особенно в третьей главе. Наверное, можно было бы сократить лингвистическую составляющую в анализе. Впрочем, высказанные мелкие замечания не носят концептуального характера и не влияют на общую оценку работы.

Всё сказанное свидетельствует о том, что диссертация, представленная к защите, является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи, имеющей существенное значение для современной журналистики. Работа соответствует требованиям, содержащимся в п. 7 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальностям 10.01.10 – журналистика (филологические науки).

Отзыв составлен кандидатом филологических наук, зав. кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью С.А. Говердовской-Привезенцевой, обсужден и утвержден на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых» (Протокол № 10/15 от 24 августа 2015 г.).

Заведующая кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»,
кандидат филологических наук,
доцент

 С.А. Говердовская-Привезенцева



Адрес: 600000, г. Владимир, ул. Горького, 87
Тел. (4922) 53-25-75, 47-97-37, 33-13-91
Факс (4922) 53-25-75, 33-13-91
E-mail: oid@vlsu.ru