

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации, представленной на соискание ученой степени
доктора филологических наук,

Селезневой Ларисы Васильевны

«ПАРАМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ PR-ДИСКУРСА:
ПРАГМАТИКА, СЕМАНТИКА, АКСИОЛОГИЯ»

(специальность 10.02.19 – теория языка)

Диссертация подготовлена в русле дискурсивного направления и посвящена комплексному изучению параметрических составляющих PR-дискурса, что, несомненно, является **актуальной проблемой** современной дискурсологии. По справедливому замечанию диссертанта, назрела необходимость в создании модели, базовыми характеристиками которой являются прагмасемантические особенности PR-дискурса и аксиологическая компонента. Актуальным представляется и выбор самого объекта исследования, трактуемого автором как набор дискурсивных практик, формируемых и реализуемых в рамках корпорации как дискурсивной формации. Последняя представляет собой систему условий производства высказываний в обстоятельствах, определяемых дискурсивной практикой PR в соответствии с корпоративными нормами, которые накладывают ограничения на процесс производства высказываний.

Научная новизна определяется, с одной стороны, комплексным подходом к объекту исследования, введением в научный оборот ранее не изученного языкового материала, отражающего специфику современного PR-дискурса, а с другой стороны, что особенно ценно, - выявлением и обоснованием дискурсивных практик современного PR-дискурса.

Поставленная цель и вытекающие из нее задачи являются чрезвычайно сложными, поскольку предельно сложным и неоднозначным оказывается сам предмет предпринятого исследования. Насколько это видно из автореферата, поставленные задачи с успехом решены в представленной работе.

В ходе исследования достигнуты важные **научные результаты**: предпринято комплексное многоаспектное описание PR-дискурса как зонтичного феномена, специфика которого определяется особенностями дискурсивной формации корпорации; выявлена и описана структура дискурсивной формации корпорации как субъекта и объекта дискурса на основе дискурсивного описания категорий субъект–объект–адресат; выявлены и описаны структурные особенности PR-дискурса, позволяющие унифицировать все жанровое многообразие PR-текстов и создающие основы дискурсивного подхода к PR-текстам; раскрыта онтологическая специфика PR-текста, определяемая его принадлежностью корпоративному субъекту, представленностью данного субъекта как объекта текста, особой направленностью на адресата; определена роль категории оценки в PR-дискурсе при создании имиджа субъекта; разработана категория дискурсивной тональности как важной аксиологической составляющей дискурса.

Чрезвычайно важным, на наш взгляд, является тот факт, что исследование охватывает большой временной отрезок, что свидетельствует и о добросовестности автора, и о **достоверности** полученных результатов. Вполне обоснованными выглядят и определенный автором статус современного PR-дискурса, и подход к PR-дискурсу с точки зрения параметрического моделирования. Обращает на себя внимание тот факт, что выводы Л.В. Селезневой базируются на обширном эмпирическом материале, что тоже обеспечивает необходимую достоверность исследования. Кроме того, достоверность полученных научных результатов определяется интегративным подходом к анализу непрямо́й коммуникации, опорой на последние достижения медиастилистики, дискурсологии и смежных отраслей знания.

Работа **вносит вклад** в теорию медиадискурса и PR-дискурса, медиастилистику, коммуникативистику, прагматику, когнитивную и социолингвистику. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации современного PR-дискурса. Материалы и выводы диссертационного исследования окажутся полезными для

формирования и обновления коммуникативной составляющей общих и специальных вузовских курсов.

Не может не обратить на себя внимания тот факт, что по теме диссертационного исследования опубликованы монография «Прагмалингвистические характеристики PR-дискурса» (объем 18,6 п.л.), разделы в коллективной монографии «Связи с общественностью в информационном пространстве» (общий объем - 8 п.л.) и коллективной монографии «Терминология и языки профессионального общения в социальной сфере» (общий объем – 10 п.л.), учебное пособие «Подготовка рекламного и PR-текста» (объем 10 п.л.) и 97 (!) статей и тезисов докладов, из них 37 (!) статей в изданиях, рекомендованных ВАК, 3 публикации проиндексированы в базе данных Scopus. По всей видимости, представленный на защиту фундаментальный текст – результат многолетнего кропотливого труда его автора.

В целом проведенный нами анализ позволяет сделать вывод о том, что диссертация «ПАРАМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ PR-ДИСКУРСА: ПРАГМАТИКА, СЕМАНТИКА, АКСИОЛОГИЯ» является самостоятельным законченным исследованием актуальной проблемы, характеризуется научной новизной, теоретической и практической значимостью, **отвечает требованиям п. 9, п.10, п.11, п.12, п.13, п.14** «Положения о присуждении ученых степеней» (утверждено постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842), а ее автор – Селезнева Лариса Васильевна – заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка».

Доктор филологических наук по специальности 10.02.19

Л.В. Ухова

Доцент кафедры теории коммуникации и рекламы

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный

педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ: УХОВА ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА

Доктор филологических наук (диплом доктора наук ДДН № 025238 от 18.11.13)

Доцент кафедры (аттестат доцента ДЦ №015672 от 19.03.08)

Место работы: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

Адрес официального сайта ВУЗа: <http://yspu.org>

Адрес официальной страницы на сайте ВУЗа: http://yspu.org/Ухова_Лариса_Владимировна

Адрес: 150000, Россия, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108/1.

Тел. места работы: +7 (4852) 30-56-61

E-mail: larissauchowa@mail.ru

Л. Ухова

Подпись Л.В. Уховой заверяю.

Начальник управления по кадровому
и организационному обеспечению
ЯГПУ им. К.Д. Ушинского



Л.В. Коняева