

ОТЗЫВ
официального оппонента
доктора филологических наук, профессора
Добросклонской Татьяны Георгиевны
о диссертации Селезневой Ларисы Васильевны на тему
«Параметрическая модель PR-дискурса:
прагматика, семантика, аксиология»,
представленной на соискание ученой степени доктора
филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка

В условиях стремительно развивающихся PR-практик, пронизывающих практически все сферы современного общества, системное исследование PR-дискурса, основанного на комплексном всестороннем анализе внушительного корпуса текстового материала, представляется в высшей степени актуальным.

Обозначив в качестве главной цели разработку и совершенствование теории PR-дискурса, включающей такие значимые компоненты как теоретические основы анализа процесса текстопорождения, определение дискурсивных механизмов формирования позитивного имиджа организации, а также их описание с точки зрения прагмасемантики и аксеологии, автор продвигается к её достижению с помощью решения ряда конкретных задач. К ним относятся:

- 1) описать процессы и закономерности формирования PR-дискурса, его структуру;
- 2) разработать методологию анализа институциональных дискурсов на примере PR-дискурса;
- 3) определить условия формирования целостности PR-дискурса, включая порядок дискурса, его тональность, позиционирование и архитектонику;
- 4) показать механизмы создания и интерпретации дискурса, которые позволяют выявить специфику институционального дискурса;

5) обозначить содержание и границы корпуса текстов, функционирующих в пространстве связей с общественностью, и дать их жанровую характеристику;

6) дать описание дискурсивной практики PR в контексте категорий корпоративной культуры, определяющей специфику PR-коммуникации;

7) описать экстралингвистическую основу PR-дискурса, обозначив коммуникативные компетенции его субъекта, объекта и адресатов, включая внутрикорпоративную и внешнюю аудитории;

8) проанализировать дискурсивные механизмы формирования позитивного имиджа корпорации, в том числе позиционирование как типологическое свойство PR- дискурса;

9) определить роль оценки и модальности в формировании имиджа компании и разработать категорию дискурсивной тональности.

Последовательностью рассмотрения данных задач и обусловлена внутренняя структура работы, которая состоит из введения, четырёх глав, заключения, списка литературы, глоссария и приложения.

Во введении обосновывается актуальность исследования, его теоретико-методологические основы, обозначаются цель и задачи, автор формулирует рабочую гипотезу и положения, выносимые на защиту. Позиционируя исследование как развитие общей теории дискурса, Л.В.Селезнёва даёт подробную исчерпывающую картину современных подходов к определению этого стержневого для диссертации понятия, подчёркивая особую значимость подхода структурного, когда дискурс рассматривается как результат коммуникативной практики текстопорождения, и функционального, позволяющего объединить множество разнородных текстов общим признаком институциональности, или функционирования в той или иной общественно значимой сфере деятельности.

Безусловную ценность в плане дальнейшего развития общей теории дискурса представляет глава первая диссертации, в которой автор сосредотачивает внимание на теоретико-методологических основах изучения PR дискурса, рассматривая его как целостное, обладающее оформленной структурой и архитектурой явление. Важное с точки зрения методологии описание коммуникативных компетенций PR дискурса дополняется анализом необходимых условий формирования его целостности, к которым автор относит такие, как порядок дискурса, дискурсивная тональность, позиционирование и пресуппозиционный каркас как формообразующая категория.

В главе второй автор вполне успешно применяет структурный подход к пониманию дискурса, рассматривая PR –дискурс в сложном процессе актуализации коммуникативных практик по связям с общественностью, и последовательно останавливаясь на всех этапах его порождения и распространения. Выделяя ключевую роль корпорации в формировании PR-дискурса, Л.В.Селезнёва обращает особое внимание на влияние порядка PR-дискурса на реализацию коммуникативных компетенций - креативной, рецептивной и референтной. Несомненную практическую ценность представляет раздел, посвящённый условиям формирования информационного пространства и принципам информационной политики корпорации, а также раздел, в котором автор даёт системное описание общей текстологической структуры PR дискурса, выделяя на основе соотношения центростремительной и центробежных стратегий, ядро и радиальное поле.

Наиболее значимой в плане практической ценности представляется глава третья диссертации, в которой автор делает весьма успешную попытку выделить и дать системное описание сложному, но абсолютно для большинства видов дискурса органичному, реально ощущаемому, но трудно поддающемуся чёткому определению понятию «дискурсивная

тональность». Основывая своё понимание дискурсивной тональности на категории оценки, особенностях её формирования и средствах реализации, автор тщательно анализирует всевозможные способы актуализации общей и частной оценки в PR –дискурсе. Отрадно отметить, что диссертант уделяет большое внимание рассмотрению средств и способов языковой актуализации оценки, особенно если учесть, что диссертация защищается по специальности 10.02.19 теория языка.

Представляя в заключительной четвёртой главе позиционирование PR субъекта как ключевой компонент формирования данного вида дискурса, автор подробно останавливается на таких значимых для раскрытия темы вопросах, как особенности процесса позиционирования в PR-дискурсе, семантические механизмы формирования дискурсивной категории «позиция», «эффект подлинности» как инструмент формирования позитивного имиджа и стратегическая роль мифологизации в формировании PR-дискурса.

Анализ диссертации Л.В.Селезнёвой позволяет заключить, что работа выполнена на высоком академическом уровне, теоретической значимостью, практической ценностью и обладает научной новизной. Выносимые на защиту положения чётко сформулированы и отражают внутреннюю структуру диссертационного исследования, достоверность выводов и результатов работы подтверждается системным методологически выверенным анализом внушительного корпуса аутентичного материалов – русскоязычных PR текстов.

Вместе с тем хотелось бы услышать мнение автора по поводу следующих **вопросов и замечаний**:

1. Понятно, что создание и распространение PR текстов во многом зависит от средств массовой информации, от медиа технологических возможностей канала носителя, что полностью подтверждает известное и часто цитируемое высказывание канадского социолога Маршала

Макклюэна «The medium is the message». В этой связи хотелось бы уточнить мнение автора по поводу соотношения понятий медиатекст и PR текст, особенно в контексте изложенного на странице 26 диссертации утверждения о том, что «понимание PR-текста как одной из разновидностей текстов СМИ сужает возможности анализа PR-дискурса и не позволяет учитывать все стилистические особенности текстов, создающихся в сфере Public Relations. Тем более, что онтологические основы дискурса СМИ и PR-дискурса разные и отличаются, прежде всего, целевой установкой».

2. Рассматривая сложную многоуровневую структуру PR дискурса как институционального дискурса зонтичного типа, актуализированного в широком спектре текстовых репрезентаций, автор основывается на двух подходах – структурном, когда текст рассматривается как результат реализации всех дискурсивных интенций агентов PR, и функциональном, позволяющем объединять тексты под «зонтиком» конкретной общественно-значимой сферы реализации PR-технологий (бизнес, спорт, политика, образование и т.п.). При этом упускается из виду ещё один, весьма продуктивный подход, подчёркивающий «зонтичный» характер самого понятия дискурс, а именно подход тематический, позволяющий группировать тексты на основе критерия принадлежности к определённой общественно-значимой теме, что весьма распространено в англоязычных исследованиях, например, *feminist discourse*, *immigration discourse*, *Brexit discourse* и так далее. Насколько продуктивным, по мнению диссертанта, может быть применение тематического подхода к описанию прагмасемантической структуры PR дискурса?

3. Исторически сложилось, что разработка теории, как, впрочем, и изучение практики связей с общественностью - это области, наиболее исследованные и разработанные в англо-американской академической традиции. Внедрение PR технологий в практики современной российской

действительности, начавшееся с середины 90-х годов XX века, сопровождалось многочисленными сложностями, в том числе неприятием связей с общественностью как «манипулятивной технологии». В связи с этим возникает вопрос: насколько за прошедшие годы удалось преодолеть подобные «коммуникативные сбои» и можно ли говорить о том, что общий уровень качества русскоязычных PR-текстов не отличается от основанных на более длительном опыте и традиции текстов по связям с общественностью на английском языке. Имелась ли у автора диссертации какая-то возможность сравнить качественный уровень русскоязычного PR дискурса с аналогичным типом дискурсивных практик в иной лингвокультуре? Для оппонента, представляющего специальность 10.02.04 - германские языки и постоянно имеющего дело с PR текстами на английском, этот вопрос весьма интересен.

Сделанные замечания не затрагивают концептуальную основу исследования, носят дискуссионный характер и не влияют на общую высокую оценку работы. Основные результаты исследования прошли соответствующую апробацию, и научные публикации полностью отражают содержание работы.

Сказанное позволяет заключить, что диссертация «Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология», представленная на соискание ученой степени доктора филологических наук, полностью соответствует паспорту специальности 10.02.19 – Теория языка и требованиям ВАК РФ, предъявляемым к докторским диссертациям (пп. 9-11, 13, 14 действующего «Положения о порядке присуждения учёных степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842), а ее автор, Селезнева Лариса Васильевна, заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 110.02.19 – Теория языка.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук (10.02.04 – германские языки),

профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Добросклонская Татьяна Георгиевна

e-mail: tatdobro@mail.ru

27 марта 2019 г.



Т.Г. Добросклонская

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Адрес: 119991 Москва, Ленинские горы, 1, стр.13-14

Тел.: 8 495 734 0290