

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Селезнёвой Ларисы Васильевны
«ПАРАМЕТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ PR-ДИСКУРСА: ПРАГМАТИКА,
СЕМАНТИКА, АКСИОЛОГИЯ», представленной на соискание учёной степени
доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка

Актуальность заявленной темы диссертации Л.В. Селезнёвой не вызывает сомнений, поскольку сегодня PR-дискурс является одним из наиболее эффективных в коммуникативном отношении и наиболее востребованных типов смыслообразующей деятельности. В то же время очевидны существенные теоретические лакуны в исследовании PR-дискурса. В научном сообществе до сих пор нет общепринятого подхода к интерпретации семиотических, коммуникативно-прагматических, жанрово-стилистических и аксиологических аспектов функционирования этого вида дискурсивной практики. В этом отношении представленная работа, в которой представлены результаты концептуализации PR-дискурса, является своевременной, теоретически значимой и нацеленной на решение важной исследовательской проблемы.

Нельзя не согласиться с автором диссертации в том, что центральным «онтологическим» элементом и «креатором» дискурса связей с общественностью является корпорация, а одной из специфицирующих черт дискурсивной практики – самообъективация. Корпорация, выступая в качестве и субъекта, и объекта PR-дискурса, представляет собой самореференциальный феномен, дискурсивную формацию, а дискурсивная практика трактуется в таком ракурсе как область конструирования и адресанта, и предметной области. Дополним лишь, что речь, по всей видимости, стоит вести не только о корпорации как организационном субъекте, но и об индивидах (например, политиках, представителях шоу-бизнеса и т.п.), а также о брендах, которые также часто выступают в качестве креаторов PR-дискурса.

Представленная Л.В. Селезнёвой модель PR-дискурса, подробно разработанная исследователем на основе концепций ведущих отечественных и зарубежных авторов, обладает как теоретическим, так и практическим значением и представляет интерес в том числе для специалистов в области связей с общественностью. Особый интерес представляет введённая автором категория дискурсивной тональности, которая обладает эвристической ценностью для описания аксиологической составляющей дискурсивных практик корпораций.

Цели и задачи исследования чётко структурированы, представленные положения научной новизны и основные результаты работы в полной мере соотносятся с научным аппаратом диссертации. Анализ автореферата показал, что положения, выносимые автором на защиту, обладают научной новизной и содержат решение крупной научной проблемы. Основные выводы работы основаны на анализе репрезентативного эмпирического материала, применении релевантных теоретических подходов и методов научного исследования.

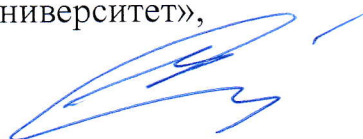
Результаты работы прошли достаточную апробацию в научном сообществе.

В целом автореферат позволяет сделать вывод о том, что результаты диссертации могут быть использованы в дальнейших исследованиях не только по теории языка, но и теории журналистики, коммуникации и других областей социально-гуманитарного знания. На это обстоятельство, в частности, указывает, во-первых, *универсальность* представленной модели дискурса, которая может быть применима для интерпретации других институциональных дискурсивных практик (например, рекламной, журналистской, политической и других), и во-вторых, её *междисциплинарный характер*, поскольку «эпистемическое наполнение» модели предполагает обращение также и к внеязыковым феноменам (в частности, социальным, информационно-коммуникационным и психологическим явлениям). В этом аспекте, возможно, большую обоснованность выводам работы мог бы придать более дифференцированный подход к анализу эмпирического материала, в частности, - различным типам PR-дискурса (дискурс коммерческих, общественных, политических и государственных организаций), а также различным коммуникационным средам его реализации (онлайн- и офлайн-

коммуникация), что, вероятнее всего, определяет специфику и вариативность разновидностей дискурсивных практик в рамках, как справедливо отмечает автор, зонтичного характера PR-дискурса.

Можно сделать вывод, что автореферат Селезнёвой Ларисы Васильевны соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении учёных степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 года № 842, предъявляемым к докторским диссертациям, а его автор заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

Заведующий кафедрой коммуникативистики,
рекламы и связей с общественностью
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»,
доктор философских наук, доцент



Е.А. Кожемякин

05.02.2019

308015, Белгород, ул.Победы, д. 85,

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

8-4722-30-11-82,

<http://bsu.edu.ru>

kozhenyakin@bsu.edu.ru

Личную подпись
удостоверяю
Документовед
управления
по развитию
персонала и
кадровой работе

