

**Отзыв****на автореферат диссертации Л.В. Селезнёвой****«Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология»,  
представленной на соискание учёной степени доктора филологических наук****по специальности 10.02.19 – теория языка**

Организационная коммуникация – наука, признанная в мире, но относительно новая в российском академическом пространстве. Она развивается в комплексе дисциплин, таких как менеджмент (искусство и способ управления), управленческая имиджелогия (теория и практика формирования имиджа), дискурсология (динамический процесс языковой деятельности, вписанной в социальный контекст), бизнес-дискурсы (дискурсивные коммуникации в конкурентных условиях, дискурсы делового общения, маркетинга, корпоративной культуры и др.). Дискурсивное искусство проявляется в организации связей с общественностью – управлении процессом коммуникации, установлении такого режима общения, в ходе которого между всеми его участниками достигается состояние доверия и понимания, в результате чего организация адаптируется к окружающей среде, включается в социально ценностный ряд. Все названные направления и аспекты организационной коммуникации нашли отражение в докторской диссертации Л.В. Селезнёвой.

PR-дискурс представлен в комплексных характеристиках, что соответствует включённому в формулировку темы параметрическим составляющим: прагматика, семантика, аксиология. Полноценной системности описания способствует синтетичность (и синергетичность) выбранного объекта исследования – корпоративный PR-дискурс, в моделировании и практической реализации которого проявляется, по сути, онтология PR-коммуникаций.

Существенный компонент новизны – описание корпорации как особого вида организации, которая представляет собой гибридную дискурсивную формацию. Гибридные типы взаимодействия дискурсов (интердискурсивность) – одна из закономерностей современных коммуникативных практик. Именно в гибридном дискурсивном пространстве как «зоне пресечения» с другими институциональными дискурсами формируются новые контексты, усложняющие смысловую структуру и культивирующие необходимые формы влияния на общественное мнение.

В диссертации Л.В. Селезнёвой теоретическое знание согласуется как с логикой теории PR-дискурса, так и с данными эмпирической базы. Эта методологически значимая установка позволила автору описать сеть взаимодействий теории и практики. В процессе исследования гипотетичность теоретических положений превращается в достоверность благодаря полученным в опыте наблюдений данным. Концепция PR-дискурса в основном формировалась на зарубежных рекомендациях. На этом фоне значимым представляется объём «эмпирической площадки» исследования (проанализировано более 500 текстов, 314 текстовых фрагментов, представленных на 37 отечественных корпоративных сайтах).

Сочетание лингвистических и дискурсивных методик в описании фактического материала позволило обеспечить полноту аспектных типологий, например, «фактора адресата» – ментальных и интенциональных особенностей *внутрикорпоративной* и *внекорпоративной* аудитории, что особенно важно для понимания специфики PR-коммуникаций, ориентированных на управление познавательной деятельностью адресата.

Аспектуализация общетеоретических положений естественным образом привела исследователя к выявлению характера оценочного компонента в PR-коммуникациях. Автор продуктивно применяет понятие *дискурсивная тональность*, которое включает взаимосвязанные факторы: модальная рамка, оценочный компонент, языковая актуализация оценки. Такого рода связи обеспечивают возможность интерпретации PR-текста в русле коммуникативной стилистики и прагматики. Термин «дискурсивная тональность» может пополнить словник «Лингвокультурного словаря корпорации».

В соответствии с заявленной специальностью в исследовании обозначено вхождение в общую теорию языка через описание специфики отношений в триаде «язык, мышление, действительность»: перформативность, теория пресуппозиций, соотношение эксплицитности и имплицитности, фактор «возможного» мира в PR-информации, дискурсивная формация, её отношение к речи и дискурсу, а вместе с этим – объекты, модальности, концепты, стратегии и др.

В исследовании Л.В. Селезнёвой PR-дискурс получил комплекс новых характеристик на основе методологических и дисциплинарных доминант, характерных для концепции автора. Изменения «режима существования» такого динамично развивающегося объекта не исключаются, что делает таксономическую матрицу открытой, в том числе по линии преодоления границ дискурсивной институциональности. В связи с этим в дискуссию могут быть включены такие вопросы: проблема «свой/чужой» в коммуникативных практиках корпорации; ключевые слова институциональной культуры компаний как отражение национально-специфических установок; специфика оценки, возникающей на пересечении дискурсов; характер аргументации, необходимой для формирования доверия, в том числе к «возможным» мирам (соответствие/несоответствие действительности); понятия «корпоративная безопасность» и «корпоративная идентичность».


Автореферат соответствует требованиям, предъявляемым ВАК к диссертационным работам, и Л.В. Селезнёва заслуживает присвоения учёной степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Доктор филологических наук,

профессор кафедры русской и украинской филологии

Гуманитарно-педагогической академии

(филиал Крымского федерального университета в г. Ялте)

 Л.Н. Синельникова

