

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Селезнёвой Л.В.

«Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология»,
представленной на соискание учёной степени доктора филологических наук
по специальности 10.02.19-теория языка

В автореферате диссертации «Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология» Л.В. Селезнёва обосновывает выбор темы, актуальность, объект и предмет исследования; определяет его цель и задачи; формулирует гипотезу, указывает на методы и языковой материал; показывает научную новизну, теоретическую значимость и практическую ценность работы; приводит положения, выносимые на защиту, а также сведения об апробации и структуре работы.

Подчеркивая важность выявления теоретических оснований для формирования параметрической модели PR-дискурса, автор обосновывает актуальность работы. Последняя обусловлена необходимостью теоретического осмысления PR-дискурса в рамках общей теории дискурса.

Актуальность работы сочетается с ее новаторским характером: в ней проведено комплексное описание формообразующих категорий дискурса (пресуппозиционный каркас и возможный мир), дискурсивных механизмов формирования позитивного имиджа корпорации, определение прагмасемантических особенностей PR-дискурса, в частности, его аксиологический компонент.

Теоретическая значимость диссертации связывается её автором, прежде всего, с уточнением базовых положений общей теории дискурса, созданием теории PR-дискурса, основанной на междисциплинарном подходе его анализа, развитием теории оценки.

Практическая ценность диссертации определяется возможностью использования разработанной автором концепции в теории и практике лингвистических, дискурсологических и междисциплинарных изысканий, связанных с институциональными дискурсами и, в частности, с PR-дискурсом.

В автореферате получено компактное и, вместе с тем, исчерпывающее описание материала исследования, в качестве которого был использован корпус разножанровых текстов, размещенных на сайтах 30 крупнейших российских компаний за 2014 год, а также сайты высших учебных заведений, функционирующих в публичном пространстве. Подробно представлены научные работы автора по теме диссертации в количестве 71 публикаций, 33 из которых опубликованы в изданиях из перечня ВАК Минобрнауки, 1 монография, и 3 статьи, проиндексированные в базе данных SCOPUS.

В автореферате отражена структура диссертации, состоящая из введения, четырех глав, заключения, списка научной литературы, словарей и справочных изданий, списка источников, глоссария и приложения.

Первая глава, имеющая теоретико-аналитический характер, посвящена обзору и анализу основных подходов в исследовании дискурса и особенностям PR-дискурса. В ней представлена таксономия дискурсов, закономерности формирования и, на наш взгляд, самое важное – методологические основы исследования PR-дискурса в рамках дискурсивного и интердискурсивного подходов в науке.

Во второй главе предложена модель дискурсивного корпуса и раскрыта структура PR-дискурса, включающая две дискурсообразующие стратегии, которые, в свою очередь, обуславливают «порядок дискурса».

В третьей главе рассматривается механизм формирования имиджа корпорации с помощью оценочного компонента.

В четвертой главе описывается роль позиционирования в формировании PR-дискурса.

В заключении изложены полученные в ходе исследования конкретные результаты и теоретические выводы.

Среди основных методов исследования, используемых в работе, называются дискурсивный, структурно-описательный, описательно-функциональный, сравнительно-сопоставительный, контекстуальный, трансформационный, лингвостилистический, лингвосемантический анализ.

Подводя итог исследования, диссертант отмечает особенности параметрической модели PR-дискурса в ее прагматическом, семантическом и аксиологическом аспектах, приводя наглядные схемы в тексте автореферата (с.27).

Автор пишет: «Корпорация рассматривается в реферируемой диссертации как субъект и объект дискурса, при этом одним из процессов формирования дискурса является процесс самообъективации, связанный с реализацией принципа отстранения и формированием референтного пространства, главным элементом которого является корпорация» (с.3). Мы полагаем, что данное утверждение является дискуссионным, поскольку в субъект-объектных отношениях корпорация может быть либо субъектом, либо объектом PR-деятельности.

Кроме того, мы считаем, что пункт второй положений, выносимых на защиту, является общеизвестным фактом.

Вместе с тем, хотелось бы отметить высокий теоретический уровень автореферата, отражающего основные положения диссертации, которая вносит существенный вклад в теорию языка, теорию дискурса, когнитивистики и прагмалингвистики.

Диссертация Л.В. Селезнёвой «Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология» соответствует требованиям «Положения о порядке присуждения ученых степеней» №842 ВАК РФ, а ее автор, безусловно, заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19-теория языка.

22.01.2019

доцент кафедры английской

доктор филологических наук,

филологии ФГБОУ ВО «Кубанский

доцент Н.Н. Оломская

государственный университет»

