

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации **Клинк Евгении Игоревны**
«КОММУНИКАТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЖАНРА ИМИДЖЕВОЙ СТАТЬИ
(на материале газетно-журнальных текстов на русском языке)»,
представленной на соискание ученой степени кандидата
филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка

Диссертационное исследование Евгении Игоревны Клинк отличается многообразием целей и задач, связанных с проблемами коммуникативного аспекта изучаемого явления, с одной стороны, и способов репрезентации жанра имиджевой статьи в текстах на русском языке – с другой.

Непосредственный *объект исследования* – жанр имиджевой статьи – весьма динамичен в силу специфики характера, направленности, формы, а также психолого-лингвистических, культурологических, когнитивных и пр. принципов функционирования. Комплексный подход, проповедуемый автором с целью «коммуникативного моделирования жанра имиджевой статьи на основе оппозиции “базовая модель – вариант модели”» (с.4), предполагает решение ряда дополнительных исследовательских задач, связанных с исследованием параметров варьирования и выявлением вариантов базовой коммуникативной модели жанра имиджевой статьи. *Цель исследования* заключается также в выявлении жанровых признаков имиджевой статьи, отражающих компоненты ситуации, стоящей за конкретными текстами, и являющихся значимыми при коммуникативном моделировании рассматриваемого жанра.

Актуальность исследования данной проблемы в этой связи не вызывает сомнения. Поскольку методология разработки алгоритмов структурного и функционального анализа жанровых признаков имиджевой статьи обусловлена интра- и экстралингвистическими факторами, основной задачей, помимо сопутствующих, автор справедливо ставит определение конститутивных признаков имиджевой статьи как PR-жанра и как объекта моделирования; разработку принципов и методики коммуникативного моделирования объекта исследования.

Важными, на наш взгляд, являются выносимые на защиту положения о том, что основой коммуникативного моделирования жанра имиджевой статьи являются жанрообразующие принципы адаптивности, дискурсивности, иерархичности и коммуникативности; что методика коммуникативного моделирования устанавливает коммуникативно значимые параметры изучаемого жанра, раскрывает их взаимодействие и позволяет построить базовую коммуникативную модель, выявив её варианты; что специфика вариантов предмета отображения в русскоязычных текстах имиджевых статей заключается в использовании приема «сопряжения значимостей», представляющего собой соединение имиджевых характеристик базисного субъекта PR с имиджевыми характеристиками события или другого субъекта. Закономерными становятся и те факты, что базовая коммуникативная модель жанра имиджевой статьи представляет собой совокупность коммуникативно значимых составляющих дискурса PR-коммуникации в их взаимосвязях. Трёхуровневая модель включает жанрообразующие параметры, их взаимосвязи и репрезентацию в тексте как продукте дискурсивных преобразований. Внушительен объем *эмпирической базы* исследования – проанализировано 2700 фрагментов 250 текстов имиджевых статей, в которых воспроизводится ситуация PR-коммуникации, извлеченных методом сплошной выборки из разных журнальных текстовых корпусов за 2008-2010 гг.

Цель и задачи, поставленные автором, реализуются в основной части работы, состоящей из трёх глав. Работа имеет четкую структуру, подчиняющуюся логике исследования. В первой главе представлены основные аспекты рассмотрения речевого жанра с точки зрения коммуникативно-дискурсивного подхода, приведены основания выделения жанра имиджевой статьи, рассмотрена проблема коммуникативного моделирования речевого жанра.

Во второй главе предпринята удачная попытка исследователя построить базовую коммуникативную модель жанра имиджевой статьи.

Третья глава посвящена подробному многофакторному анализу процесса варьирования модели жанра имиджевой статьи по параметрам композиции, целевой установки и предмета

отображения. Так, рассмотрение прагматической функции целевой установки информирования в текстах имиджевых статей позволило Е.И. Клинк выявить определенные виды языковых средств, направленные на выполнение конкретных практических задач, а также показать, как эти единицы создают в тексте ситуацию, при которой адресат обращается к базисному субъекту PR для решения проблемы (с. 19). Иными словами, проведенный функционально-дискурсивный анализ показал, что целевые установки информирования, убеждение и побуждения к действию являются взаимосвязанными и соответствуют этапам речевого акта – локуции, иллокуции и перлокуции (с. 20-21).

В ходе чтения автореферата возникли следующие вопросы:

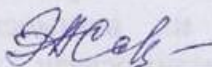
1) какое место и где на рис. 1 (с. 14) в числе значимых жанровых факторов исследователь отводит компоненту «адресат», который зачастую представляет элемент широкой общественности, интересы и ценности которого связаны с проблематикой анализируемых журналов «Эксперт» и его региональных приложений, газет «Свободный курс», «№1. Ваша газета на Алтае»?

2) Признается, что основным фактором развития PR-жанровой системы является необходимость оптимизирующей подачи информации применительно к различным информационным поводам, что позволяет автору PR-текста не всегда жестко придерживаться определенных жанровых канонов. Каково влияние процесса интернетизации, применения новых технологий при передаче информации в формате печатного текста?

Рецензируемая работа привлекает богатством идей и содержательной насыщенностью: в ней много теоретических построений, собственных наблюдений автора, терминов и удачных аналогий, ссылок на современные фундаментальные исследования в области риторики, лингвистической имиджологии, теории речевой коммуникации.

Текст рецензируемого автореферата кандидатской диссертации указывает на то, что представлена глубоко фундированная работа, по всем параметрам отвечающая предъявляемым требованиям пп.9-14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утверждённого Правительством РФ от 24.09.2013 г. № 842. Результаты исследования отражены в списке публикаций, апробированы в докладах на конференциях международного уровня, что свидетельствует о признании научного значения работ Е.И. Клинк в отечественном языкознании. Исследование имеет завершённый вид, характеризуется высоким уровнем теоретической интерпретации избранной темы, самостоятельностью результатов, соответствует установленным критериям, а её автор Евгения Игоревна Клинк заслуживает присуждения ей учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры языковой коммуникации
и психолингвистики общенаучного факультета
ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный
авиационный технический университет»


подпись

Э.А. Салихова

Эльвина Ахнафовна Салихова
специальность – 10.02.19 – теория языка

Почтовый адрес:
450000, Республика Башкортостан,
г.Уфа-центр, ул. К.Маркса, 12, каб. 301а;
тел. (раб.): 8(347)273-78-45;
e-mail: salelah12@yandex.ru

