

Отзыв

**официального оппонента о диссертации Заболотней Дарьи Юрьевны
«Потенциал ориентирующего воздействия текстов экологической
рекламы», представленной к защите на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности
10.02.19 – теория языка (Майкоп, 2021)**

Диссертационное исследование Д.Ю. Заболотней выполнено в рамках теории дискурса и текстологии. Его высокая **актуальность** обусловлена тем, что экореклама, в частности её воздействующий потенциал, практически не изучена. Актуальным представляется намерение восполнить пробел в описании структурно-содержательных и целевых особенностей экорекламы.

Диссертационная работа направлена на всестороннее изучение креативного ориентирующего потенциала текстов экорекламы и выделение значимых параметров, позволяющих оказывать эффективное ориентирующее воздействие на развитие экологического морально-этического мировоззрения.

Теоретическая значимость исследования Д.Ю. Заболотней определяется тем, что оно вносит вклад в развитие когнитивной лингвистики. Теоретически значимым является дальнейшая разработка такой важной проблемы современного языкознания как **предназначенность** содержательных структур знания для участия в актах коммуникации, которая реализуется в когнитивной лингвистике, социолингвистике, психолингвистике, стилистике и интерпретации текста.

Несомненна **практическая ценность** работы, обусловленная возможностью использования его основных положений в преподавании вузовских курсов по когнитивной лингвистике, стилистике и интерпретации текста, эколлингвистике и психолингвистике, а также маркетингологии и

социологии. Материалы диссертации могут быть использованы в научно-исследовательской работе студентов, соискателей и аспирантов. Полученные данные могут применяться в рекламной сфере при непосредственном создании рекламного сообщения экологической направленности с целью повышения эффективности ориентирующего воздействия на адресата.

Структура диссертации соответствует теме и цели исследования. Диссертационное исследование объемом 215 страниц включает в себя введение, три главы, заключение. Библиографический список насчитывает 204 источника на русском и английском языках.

В первой главе «Текст экологической рекламы как объект лингвистических исследований» успешно представлен терминологический аппарат исследования. Автором освещаются методологические основы изучения текста в междисциплинарном аспекте, анализируются существующие подходы к изучению рекламы в целом и экорекламы в частности, месту экорекламы в общем текстовом поле рекламы, описываются особенности рекламного текста с точки зрения его манипулятивного потенциала. Поскольку рекламное сообщение по экологической тематике представляет собой креолизованный текст, приводится описание основных аспектов его исследования с привлечением теории возможных миров.

Вторая глава «Значимые параметры ориентирующего воздействия текстов экорекламы» посвящена изучению понятий ориентация и ориентирующий, и их отнесённости к метакатегориям языка, а также подходам к описанию ориентирующей функции языка. Выявляются и описываются значимые параметры, характеризующие ориентирующий потенциал экорекламы с точки зрения её создателей. Исследуются когнитивно-коммуникативные характеристики ориентирующего воздействия (креолизованный текст, образные средства, модальность рекламного текста).

В третьей главе «Уровни ориентирующего воздействия в текстах экорекламы» автор описывает результат применения значимых параметров и когнитивно-коммуникативных характеристик при создании рекламного текста, отражённый в выделенных уровнях ориентирующего воздействия на потенциального адресата (эмотивный, когнитивный, аксиологический, суггестивный, конативный). Рассматриваются особенности концептуализации мира в экорекламе. Приводятся данные проведённого опроса по теме исследования с привлечением метода ассоциативных связей, референциальной коммуникации, интервьюирования.

В заключении формулируются выводы и подводятся общие итоги исследования, а также намечаются перспективы анализа.

Сопровождающая работу библиография свидетельствует об основательности теоретической базы исследования, она обладает самостоятельной ценностью и, несомненно, будет весьма полезна для последующих исследователей смежных феноменов.

Считаем необходимым отметить следующие характеристики и результаты исследования Д.Ю. Заболотней, определяющие научную новизну и вклад автора в решение задач, имеющих большое значение, т.е. соответствие критериям квалификационной работы для присуждения ученой степени кандидата наук.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые понятия ориентация и ориентирующий, а также научно-понятийное словосочетание ориентирующая функция рассматриваются в качестве универсальных метакатегорий; - впервые экореклама изучается с точки зрения её многоаспектного ориентирующего потенциала, позволяющего оказывать целенаправленное коммуникативное воздействие с перспективой формирования экосознания общества; множество аспектов этого потенциала обнаруживается в виде ряда параметров, когнитивно-коммуникативных

характеристик и уровней воздействия; - впервые изучаются значимые параметры рекламных текстов экологической направленности (целесолагание, выбор объектов-референтов, фактор адресанта и адресата, эмоциогенность, апелляция к возможным мирам), необходимые для привлечения внимания адресата и его ориентирования в заявленной теме сообщения; - приводятся релевантные для креолизованных текстов экорекламы когнитивно-коммуникативные характеристики (креолизация текстов, образность, модальность) и значимая для данных текстов иерархия уровней ориентирующего воздействия (эмотивный, когнитивный, аксиологический, суггестивный, конативный). - выделяется и описывается ряд базовых концептов (ПРИРОДА / NATURE / PLANÈTE, ЗЕМЛЯ / PLANET / PLANÈTE, ЧЕЛОВЕК / HUMAN / HOMME), присущих текстам экорекламы.

В порядке научной дискуссии хотелось бы задать диссертанту следующие вопросы:

1. Общеизвестным является тот факт, что реклама в принципе относится к категории средств массовой информации. Известно также, что для массмедийных текстов, массмедийного дискурса характерен феномен манипулирования сознанием. Не имеет ли ориентирующее воздействие экорекламы какого-либо отношения к манипулятивному воздействию на адресатов?

2. Автор выделяет ряд значимых параметров ориентирующего воздействия, присущих экорекламе. Выделенные значимые параметры универсальны и могут быть обнаружены в любом типе рекламы. В чем же заключается их особенность для экорекламы?

3. По какому принципу были выделены, содержательно осмыслены и упорядочены уровни ориентирующего воздействия? Имеют ли они какое-

либо отношение к традиционно выделяемым функциям языка – конативная, экспрессивная и т.п.?

4. Что побудило автора создать раздел 3.6. *Анализ реализованности ориентирующего эффекта текстов экорекламы*, который в методологическом отношении является единственным фрагментом работы психолингвистической направленности (использование метода ассоциативных связей, метода референциальной коммуникации)?

5. Выявлены незначительные замечания по оформлению работы, которые носят технический характер.

Высказанные замечания не снижают положительного впечатления о диссертации Д.Ю. Заболотней и лишь подчеркивают актуальность выбранной темы, а также ее значимость для развития современной теории языка. Д.Ю. Заболотняя достигла поставленной **цели**, а именно ею успешно установлены и описаны значимые параметры, характеристики и уровни ориентирующего воздействия текстов экорекламы.

Работа Д.Ю. Заболотней может быть охарактеризована как актуальная, отличающаяся научной новизной, практической и теоретической значимостью. О высокой достоверности результатов данной работы свидетельствует также их серьезная **апробация**: итоги исследования были представлены на международных конференциях, а также отражены в пяти научных статьях в рецензируемых изданиях, рекомендованных в Перечне ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации.

Таким образом, диссертационное исследование Заболотней Дарьи Юрьевны «Потенциал ориентирующего воздействия текстов экологической рекламы» является самостоятельной, завершенной научно-квалификационной работой, выполненной на достаточном содержательном уровне, соответствует профилю совета Д. 212.001.09 и отвечает требованиям,

предъявляемым к диссертационным работам на соискание ученой степени кандидата наук в пп. 9–14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842 (в редакции от 01.10.2018 г.), по специальности 10.02.19 – теория языка, а ее автор Д.Ю. Заболотняя заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ОПОНЕНТ:

доктор филологических наук (специальность 10.02.19 – теория языка),
доцент, заведующая кафедрой рекламы и связей с общественностью
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Кубанский государственный университет» (КубГУ)

Регина Валерьевна Патюкова

Патюкова Регина Валерьевна

15.11.2021 г.

Контактная информация:

350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149. ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». Патюкова Регина Валерьевна. Тел. рабочий: 8(861) 275-82-47. E-mail: patukovaregina@mail.ru. Официальный сайт организации: <https://www.kubsu.ru/>

