

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.001.09 НА БАЗЕ
ФГБОУ ВО «АДЫГЕЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 23 декабря 2021 г. № 14

О присуждении Заболотней Дарье Юрьевне, гражданке РФ, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Потенциал ориентирующего воздействия текстов экологической рекламы» по специальности 10.02.19 – Теория языка принята к защите 19.10.2021 г., протокол № 2/12 диссертационным советом Д 212.001.09, созданном на базе ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет», Министерство науки и высшего образования РФ, 385000, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208, решение Президиума ВАК Минобрнауки России №714/нк от 02.11.2012 г.

Соискатель Заболотняя Дарья Юрьевна, 01 апреля 1993 года рождения, в 2015 году окончила очную магистратуру по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика при кафедре английской филологии Евразийского лингвистического института ФГБОУ ВПО «Московский государственный лингвистический университет», Министерство образования и науки РФ.

В 2020 году окончила заочную аспирантуру по специальности «Теория языка» направления подготовки 45.06.01 «Языкознание и литературоведение» с присвоением квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь» при кафедре английской филологии Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», Министерство науки и высшего образования РФ.

Диссертация выполнена на кафедре английской филологии ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», Министерство науки и высшего образования РФ.

Научный руководитель – доктор филологических наук, доцент Верхотурова Татьяна Леонтьевна, профессор кафедры английской филологии ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет».

Официальные оппоненты:

Патюкова Регина Валерьевна – доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;

Куликова Элла Германовна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и культуры речи ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет» (г. Пятигорск) – в своем положительном отзыве, подписанном заведующим кафедрой английского языка и профессиональной коммуникации, доктором филологических наук, профессором Ширяевой Татьяной Александровной, указала, что актуальность данного исследования наряду с экстралингвистическими аспектами определяется целым рядом лингвистических факторов, среди которых наиболее значимыми являются следующие: недостаточная изученность экорекламы с лингвистической точки зрения и наличие значительного количества исследовательских лагун в понимании лингвистических механизмов, используемых для оказания эффективного воздействия с целью формирования и развития нового типа экологического мировоззрения; потребность выявления лингвистической специфики воздействующего потенциала в экологической рекламе, обусловленная тем фактом, что именно данный тип рекламы сегодня является источником новых социокультурных, идеологических, нравственно-эстетических моделей общественного сознания и поведения; необходимость анализа рекламных текстов на разных языках, посвященных определенным экологическим аспектам, с одной стороны, продиктованная важностью понимания представлений современного общества о роли и влиянии экологии на его современное состояние, с другой – возможностью выявления тех глобальных, универсальных тенденций и проблем, которые требуют безотлагательного решения; подтвердила новаторский характер диссертационной работы, который состоит в установлении и описании механизмов ориентирующего воздействия креолизованных текстов экорекламы, имеющей важное как социальное, так и лингвистическое значение; отметила, что впервые описывается ориентирующий потенциал экорекламы, вербализуемый на уровнях адресанта и адресата, целеполагания, выбора объектов-референтов, эмоциогенности, а также апелляции к возможным мирам, которые предопределяют направление рекламного сообщения, а также устанавливается

ряд присущих текстам экорекламы базовых концептов (ПРИРОДА / NATURE / PLANÈTE, ЗЕМЛЯ / PLANET / PLANÈTE, ЧЕЛОВЕК / HUMAN / HOMME), которые используются для целенаправленного коммуникативного воздействия с целью формирования и переформатирования экосознания общества; согласилась с приведенными основаниями для выделения научной концепции об ориентирующем потенциале экологической рекламы, подчеркнув, что экореклама выступает эффективным способом формирования нового экологически-ориентированного сознания; поддержала идею о рассмотрении понятия «ориентирующая функция» в качестве метакатегории рекламного дискурса, что позволяет выявить и изучить формируемые рекламой особые, тонкие, но необходимые экологические смыслы и ценности. Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что доказано комплексное, целенаправленное коммуникативное воздействие экологической рекламы на формирование современного экосознания общества; расширены представления о креолизованности текста как одном из когнитивных способов оказания ориентирующего воздействия в экологической рекламе; изучены формы модальности и актуализирующие ее языковые средства, способствующие генерированию таких ментальных пространств, в которых наиболее полно отражены нереальные, но потенциальные картины объективного мира, ориентирующие адресатов рекламных текстов в возможных путях развития объективного мира. Практическая ценность работы заключается в перспективах использования полученных результатов и выводов исследования в преподавании таких языковых дисциплин, как «Теория языка», «Когнитивная лингвистика», «Стилистика», в спецкурсах по интерпретации текста, эколлингвистике и психоллингвистике, а также основам маркетинга и рекламы. Данная работа может оказаться чрезвычайно полезной в качестве прикладного инструмента для специалистов в области рекламы, профессиональных копирайтеров и маркетологов.

Соискатель имеет 10 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации 10 работ, из них опубликованных в рецензируемых научных изданиях 5 работ.

В диссертации отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем ученой степени работах.

Наиболее значимые работы по теме диссертации: 1. Заболотняя, Д.Ю. Концептуализация возможного мира в англоязычном дискурсе экологической рекламы // Когнитивные исследования языка. 2017. – № 30. – С. 553-555. (0,19 п.л.). 2. Заболотняя, Д.Ю. Конструирование знаний об объектах возможных миров в дискурсе экологической

рекламы // Вестник Московского Государственного Педагогического Университета. 2017. – № 4 (28). – С.118-123. (0,37 п.л.). 3. Плотникова, С.Н., Заболотняя, Д.Ю. Дискурсивное конструирование возможных миров в жанре экологической рекламы // Жанры речи. 2019. – № 4 (24). – С.281-287. (0,4 п.л.). 4. Верхотурова, Т.Л., Заболотняя, Д.Ю. Параметры ориентирующего воздействия экологической рекламы // Вестник Пятигорского государственного университета. 2019 – № 4. – С.26-30. (0,3 п.л.). 5. Заболотняя, Д.Ю. Уровни ориентирующего воздействия креолизованных текстов экологической рекламы // Современный ученый. 2021 – № 4. – С. 162-167. (0,37 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили отзывы: Баребиной Натальи Сергеевны, доктора филологических наук, доцента кафедры теоретической и прикладной лингвистики ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»; Тармаевой Виктории Ивановны, доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры теории германских языков и межкультурной коммуникации Института филологии и языковой коммуникации ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»; Шевченко Елены Викторовны, кандидата филологических наук, преподавателя кафедры английского языка Военной академии Министерства Обороны.

Во всех отзывах отмечается актуальность, новизна, теоретическая и практическая значимость работы, а также отмечается соответствие требованиям действующего «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24 сентября 2013 г. Отзывы об автореферате не содержат вопросов и замечаний.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается тем, что оппоненты Р.В. Патюкова и Э.Г. Куликова являются компетентными специалистами в области проблематики и темы диссертации, имеют публикации в сфере экологической лингвистики, социолингвистики, рекламы, теории речевого воздействия; профессорско-преподавательский состав кафедры английского языка и профессиональной коммуникации ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет» (г. Пятигорск) – ведущая организация, имеет научные публикации в области когнитивной лингвистики, теории коммуникации, лингвистики дискурса, социолингвистики и способна определить научную новизну, теоретическую и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработана научная идея, обогащающая научную концепцию теории речевого воздействия, позволившая установить и характеризовать лингвистические механизмы воздействия текстов экологической рекламы;

предложена оригинальная гипотеза о том, что экореклама, выступая в качестве метамодели новых поведенческих установок, обладает многоаспектным ориентирующим потенциалом, позволяющим осуществлять комплексное, целенаправленное коммуникативное воздействие с дальнейшей перспективой формирования экосознания общества.

доказана перспективность использования новых идей в науке, связанных с изучением ориентирующей функции рекламы с точки зрения установления базовых параметров, позволяющих оказывать эффективное ориентирующее воздействие на становление и развитие современного экологического мировоззрения;

введено понятие «ориентирующая функция» в качестве метакатегории рекламного дискурса, позволившее выявить экологические ценности;

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны положения, вносящие вклад в расширение представлений о воздействующем потенциале экологической рекламы;

применительно к проблематике диссертации эффективно использованы как общенаучные (описание, анализ и синтез, наблюдение, интроспекция), так и лингвистические методы анализа (концептуальный анализ, интерпретативный метод, лингвокультурологический анализ, метод ассоциативных связей, метод референциальной коммуникации, метод опроса, интервьюирование).

изложены оригинальные идеи о социальном механизме ориентирующего воздействия экологической рекламы на формирование экологического сознания; предложены уровни ориентирующего воздействия, среди которых особенно перспективными являются суггестивный и конативный уровни воздействия;

раскрыты проблемные сферы в изучении феномена экологической рекламы, ее структурно-содержательные и целевые характеристики, обладающие ориентирующим потенциалом;

изучены значимые параметры, когнитивно-коммуникативные характеристики и уровни ориентирующего воздействия экорекламы;

проведена модернизация теоретических взглядов и исследовательских подходов к рассмотрению предметной области.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработана научная концепция о потенциале ориентирующего воздействия текстов экологической рекламы, которая в дальнейшем может быть использована при изучении ориентирующей функции языка;

определены перспективы практического использования результатов исследования в лекционных и практических курсах по когнитивной лингвистике, стилистике и интерпретации текста, эколингвистике и психоллингвистике, а также маркетингологии и социологии; полученные данные могут применяться в рекламной сфере при непосредственном создании рекламного сообщения экологической направленности с целью повышения эффективности ориентирующего воздействия на адресата;

представлены предложения по дальнейшей разработке изучаемой темы, представляется целесообразным изучать ориентирующий потенциал рекламных экотекстов в рамках психоллингвистики;

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория построена на большой теоретико-методологической базе, в основе которой лежат основные известные концепции и положения по теме диссертации;

идея базируется на обобщении лингвистического опыта в области когнитивной лингвистики, психоллингвистики, теории рекламы;

использованы современные методики сбора и обработки эмпирического материала, его систематизации, классификации и интерпретации;

установлено качественное совпадение авторских результатов с результатами, полученными в независимых источниках по данной тематике;

использованы современные методики сбора и обработки эмпирического материала на английском, французском и русском языках, результаты которого получены самостоятельно и обладают высокой степенью верифицированности.

Личный вклад соискателя состоит в непосредственном участии автора на всех этапах исследовательского процесса, в сборе и обработке значительного объема эмпирического материала (более 3500 рекламных текстов на английском, французском и русском языках), в его интерпретации и классификации, в получении исходных данных, выполненных лично автором, в личном участии в апробации результатов исследования, в подготовке и публикации 10 научных статей по проблематике выполненной работы, из которых 5 – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

В ходе защиты диссертации были высказаны следующие критические замечания:

1. Следовало бы включить перевод английских и французских примеров на русский язык.

2. Недостаточно подробно описано место экорекламы в социальной рекламе.

Соискатель Заболотняя Дарья Юрьевна ответила на задаваемые ей в ходе заседания вопросы и привела собственную аргументацию.

На заседании 23 декабря 2021 г. за решение научной задачи, имеющей значение для дальнейшего развития когнитивной лингвистики и теории речевого воздействия; способствующей расширению представлений об ориентирующей функции экорекламы, о социально-когнитивной функции экологической рекламы и о когнитивно-коммуникативных характеристиках креализованных текстов экорекламы, диссертационный совет принял решение присудить Заболотней Дарье Юрьевне ученую степень кандидата филологических наук.

При проведении тайного (электронного) голосования диссертационный совет в количестве 16 человек, из них 9 докторов наук по специальности 10.02.19 – теория языка, участвовавших в заседании, из 21 человека, входящих в состав совета, проголосовали: за – 16, против – нет.

Председатель
диссертационного совета
Ученый секретарь
диссертационного совета
23 декабря 2021 г.



З.Р. Хачмафова

Е.А. Богданова