

Отзыв

о диссертации Стрельцовой Ольги Игоревны : «**Особенности презентационного дискурса в социальных медиа (на материале текстов предложений обучения в Telegram и ВКонтакте)**», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки), официального оппонента, кандидата филологических наук доцента кафедры стилистики русского языка факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова Васильковой Натальи Николаевны

Одним из характерных признаков современной эпохи является неуклонное увеличение и совершенствование способов массового распространения информации. Наряду с традиционными средствами массовой информации – прессой, радио, телевидением – появилось новое информационное киберпространство Интернет и сложная многоуровневая система новых медиа. Массмедиа являются частью массовой культуры, которая использует особую знаковую систему или особый язык, позволяющий членам информационного общества достигать взаимопонимания. В условиях все возрастающей специализации знаний и усложнения его знаковых кодов интерес исследователей к новым социальным медиа будет возрастать и фокусироваться на изучении особенностей используемых речевых средств разных уровней языковой системы, специфики невербальных средств, коммуникативных стратегий и способов маркирования социально-ролевых отношений участников коммуникации.

В этой связи исследование, которое построено на анализе презентационного дискурса в социальных медиа, является **актуальным и ценным**. **Актуальность** диссертации обусловлена также выбором предмета исследования. В рецензируемой диссертации в качестве

предмета исследования выступают как вербальные, так и невербальные способы оформления медитекстов презентационного дискурса в сфере обучения в таких социальных медиа, как Вконтакте и Telegram.

В современной отечественной и зарубежной лингвистике известно немало работ, в которых уделяется внимание различным сторонам исследования медиакоммуникации, рассматриваются основы коммуникативной культуры современного человека и соответствующие им коммуникативные технологии. В представленной на защиту диссертации презентационный дискурс в социальных медиа рассматривается как объект междисциплинарного исследования, которое соединяет научные подходы, разработанные в социолингвистике, коммуникативно-прагматической лингвистике, риторике, стилистике с опорой на обширный научный фундамент, представленный в основополагающих научных трудах российских и зарубежных ученых. В диссертации эти труды учтены, они составляют ценный научный контекст проведенного исследования.

Однако до последнего времени оставались недостаточно исследованными вопросы, связанные с особенностями медитекстов презентационного дискурса в сфере обучения, функционирующих в различных медиаформах. Так презентационный дискурс в сфере обучения в диссертации представлен тремя типами: во-первых, это объявления образовательных организаций на торговых интернет-площадках, во-вторых, рассылка на электронную почту приглашений на вебинары, в-третьих, аккаунты в социальных медиа с предложениями обучения. Недостаточным вниманием в современных исследованиях к особенностям именно этих медиатекстов обусловлена **научная новизна** диссертации. **Научная новизна** проявляется также в предложенном автором диссертации системном подходе в описании особенностей презентационного делового дискурса в социальных медиа на русском языке. Предпринятый автором диссертации анализ можно считать

личным вкладом Ольги Игоревны Стрельцовой в разработку системы универсальных критериев анализа основных презентационных дискурсивных практик, который выполнен последовательно на трёх уровнях. На уровне 1 дается описание единиц, отношений и структур, эксплицитно представленных в тексте и выявляемых посредством подходов структурной лингвистической парадигмы. На уровне 2 применяется антропоцентрический подход, ориентированный на коммуникативно-прагматическую парадигму. Уровень 3 посвящён анализу распределения социальных статусов коммуникантов, выделению репертуара ролей участников каждой конкретной дискурсивной практики, кроме того в ходе анализа произведен подсчет применяемых коммуникативных стратегий и используемых в них речевых актов, отражающих статусную направленность коммуникативных ситуаций и особенности распределения ролей в каждой дискурсивной практике. Представляется **теоретически значимым**, весьма перспективным и методологически обоснованным предложенный в диссертации алгоритм анализа медиакоммуникации в рамках презентационного делового дискурса, который может в дальнейшем использоваться и для выявления характерных черт медиатекстов разных жанровых разновидностей, функционирующих в других типах медиадискурса.

К важным проблемам, рассмотренным в диссертационной работе, относится вопрос об определении эффективности применяемых коммуникативных стратегий и выявлении тенденций их трансформации в презентационном дискурсе. Для исследования реакции целевой аудитории и оценки успешности той или иной стратегии использовался метод конверсационного анализа. Подобный подход дал интересные результаты и наметил возможные пути дальнейших исследований коммуникативных стратегий, тактик и различных приемов.

Основная гипотеза исследования заключалась в том, что в деловой интернет-коммуникации для презентации информации в сфере обучения

используются языковые и семиотические средства, особенности которых обусловлены техническими возможностями канала (медиа) и социолингвистическими характеристиками участников коммуникации. В процессе исследования она полностью подтвердилась.

Хочется подчеркнуть, что автор диссертации поднимает важные и актуальные для современной науки проблемы и решает их на репрезентативном материале. Так, несомненным достоинством диссертационного исследования, на наш взгляд, является выбор эмпирического материала, который лег в основу исследования. Материалом исследования послужил собранный автором диссертации корпус презентационных текстов сферы обучения на русском языке (объем – 300 речевых произведений, 1500 высказываний, включая комментарии к инициативным текстам в социальных медиа). К очевидным достоинствам работы можно отнести внимание к эмпирическому материалу и разносторонний междисциплинарный подход к заявленной теме, реализованный автором с помощью компаративного метода исследования.

Сопоставительный анализ исследованного материала позволил автору прийти к важным и интересным выводам о том, что наряду с традиционными формами презентационного дискурса в сфере обучения (объявления), появляются такие формы, как приглашения на вебинары, а также аккаунты в социальных медиа. В настоящее время все они сосуществуют, однако наблюдаются тенденции к изменению не только состава вербальных и невербальных единиц, но и прагматических характеристик презентационного дискурса, и это зависит от многих факторов, среди которых можно выделить изменения коммуникативного канала, установки/тональности коммуникации, социолингвистических характеристик.

Практическая значимость исследования проявляется в том, что его результаты можно использовать в вузовских лекционных курсах по

прагматике, речевой коммуникации, медиариторике, медиастилистике, коммуникативной лингвистики, социолингвистики, а также для разработки продвигающего и обучающего контента в сети Интернет. С высокой степенью эффективности результаты исследования могут применяться прежде всего при обучении студентов филологических факультетов и факультетов журналистики.

Считаю возможным высказать следующие соображения по поводу работы. Представляется, что название второго параграфа первой главы, которое звучит «1.2. Особенности языковых средств новых медиа», сформулировано слишком широко, такое название могло бы озаглавить самостоятельное исследование. Сам же параграф касается, безусловно, очень актуальных, но вполне конкретных языковых единиц. Методом случайной выборки из словарей были отобраны 50 единиц разговорной речи: сленговые лексемы, междометия и некоторые конструкции. Возможно, название этого параграфа можно было бы несколько сузить.

Второе мое замечание или вопрос касается термина «коллоквиализация» (термин Карла Гудтшмидта, см. [Гудтшмидт 1998]), т.е. тенденция к употреблению в газетах языковых единиц, характерных для разговорного стиля. В современной научной литературе бытует немало синонимов, обозначающих это явление, но в тексте диссертации я не увидела обоснования выбора термина «коллоквиализация» и сравнения его с синонимами. Ввиду того, что этот термин является ключевым для диссертационного исследования, хотелось бы в тексте работы увидеть обоснование такого выбора.

Высказанные соображения ни в коей мере не отрицают ни значительные теоретические результаты исследования, ни его концептуальную основу и ставятся в дискуссионном порядке, так как вызваны интересом к обсуждаемой теме.

Основные результаты диссертации прошли серьезную апробацию: они представлены в докладах и сообщениях на всероссийских и

международных научных конференциях и нашли отражение в научных публикациях (семь статей – в том числе три в изданиях из списка ВАК по научной специальности 5.9.9).


Положения, выносимые на защиту, в диссертации доказаны. Полученные выводы являются перспективными для дальнейшей разработки поднятой проблемы. Автореферат достаточно полно отражает содержание диссертации.

Все сказанное позволяет заключить, что представленная диссертация «Особенности презентационного дискурса в социальных медиа (на материале текстов предложений обучения в Telegram и ВКонтакте)» полностью соответствует требованиям п.п. 9, 10, 11, 13 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г., № 842, а ее автор, Стрельцова Ольга Игоревна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки, не возражаю.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ОППОНЕНТ:

кандидат филологических наук
(специальность 10.02.01 – журналистика),
доцент кафедры стилистики русского языка
факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

 / Василькова Наталья Николаевна
ПОДПИСЬ ЗАВЕДУЮЩЕГО ФАКУЛЬТЕТОМ
ЗАВ. КАНЦЕЛЯРИИ ФАКУЛЬТЕТА
ЖУРНАЛИСТИКИ
ДЕМОШИНА О. В. ИМЯ

Юридический адрес: 125009 Москва, ул. Моховая, д. 9, факультет журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.
Официальный сайт университета: <https://www.msu.ru/>
Телефон.: 8 (495) 6294508
Электронная почта: n.vasilkova@mail.ru
«20» марта 2024 г.