

Отзыв официального оппонента
Каллистратидис Евгении Владимировны

о диссертации Пучниной А.С. «Лингво-экспрессивные модификации речевых единиц в текстах рекламы и СМИ», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык. – Волгоград, 2015.

Для современной науки о языке характерен интерес к осязаемому во всех сферах языкового употребления лингвокреативному началу речевой деятельности человека, к творческому отношению *Hominis Loquentis* к коммуникативному коду. Активное словопроизводство и словотворчество, приводящее как к увеличению количества лексических и другого рода инноваций, так и к расширению их функций в текстах СМИ и рекламы, и необходимость в цельном теоретическом осмыслении разнородных речевых феноменов обуславливает *актуальность* рецензируемого диссертационного исследования.

Научная новизна диссертации не вызывает сомнений, поскольку работа основывается на комплексном разностороннем анализе на лексическом, синтаксическом и словообразовательном уровнях целого ряда речевых единиц, ранее не становившихся объектом лингвистического исследования; кроме того, проводится прагматический анализ выявленных инноваций с учетом модуса и императивной наполненности содержащего их высказывания, а также подробно рассматривается механизм их восприятия реципиентом, что позволяет выявить виды возникающих ассоциаций и этапы самого процесса восприятия. В результате автор вводит в научный обиход термин *неодериват*, «представляющий понятие *лингво-экспрессивных модификаций речевых единиц*» (с. 8) и, в отличие от терминов *неологизм* и *окказионализм*, позволяющий рассматривать как аномальные единицы не только собственно лексические инновации, но целые высказывания или их части.

Диссертационное исследование представляется *теоретически значимым* и перспективным, поскольку автору удалось выработать теоретический подход, позволяющий изучать в одной плоскости речевые единицы, которые формально относятся к разным уровням языка, но при этом характеризуются общей установкой на лингвокреативность, и тем самым расширяющий понятие речевых новообразований. Рассматриваемые единицы трактуются как *неодериваты* и получают четкую систематизацию, что позволяет создать их строгую научную классификацию, включающую *синтаксические, словообразовательные и семантические неодериваты*. Теоретическая ценность проявляются также и в рассмотрении выявленного экспериментально механизма воздействия, которое оказывает содержащий аномальные единицы текст на реципиента.

Исследование А.С. Пучниной строится на достаточном и репрезентативном языковом *материале* (около 2000 единиц), источниками которого послужили речевые произведения СМИ и разнообразные рекламные тексты, в том числе и размещенные на вывесках и фасадах магазинов, листовках и баннерах.

Теоретическая база диссертационного исследования, для которого характерна ярко выраженная антропоцентрическая направленность, соответствует новейшим тенденциям развития лингвистики. Несомненным достоинством работы является ее широкий научный контекст: автор опирается на наиболее значимые разработки в области неологии, теории языковой игры, словообразования, семантической и синтаксической деривации, а также на исследования языка СМИ и рекламного текста.

Достоверность и обоснованность научных положений и выводов диссертации обусловлены репрезентативным эмпирическим материалом, а также применением адекватных методов его анализа: дескриптивного метода, основанного на приемах наблюдения, сопоставления, обобщения, типологизации и количественной репрезентации материала, компонентного анализа, контекстуального анализа, интертекстуального анализа и метода

моделирования. Особо следует отметить успешность применения трансформационного метода при анализе аномальных синтаксических структур и метода «слово-образ» для выявления разноуровневых средств, выражающих интенцию автора высказывания.

Структура диссертационного исследования А.С. Пучниной отражает логику решения поставленных задач и позволяет наилучшим образом преподнести проанализированный речевой материал и полученные результаты. Диссертация состоит из введения, двух глав, каждую из которых завершают выводы, заключения, списка использованной литературы (212 наименований, в том числе и на английском и французском языках), списка словарей, грамматик и энциклопедий (35 наименований), списка источников (75 печатных изданий), а также списка интернет-источников (51 html-адрес интернет-ресурсов). В приложении 1 «Неодериваты в текстах рекламы» автор приводит 19 фотографий из собственной картотеки, а в приложении 2 – отсканированные анкеты ассоциативного эксперимента.

Во *введении* обосновываются актуальность и научная новизна исследования, выдвигается его гипотеза, указываются предмет и объект, а также материал и методы его анализа, определяются цели и задачи работы, формулируются положения, выносимые на защиту, обосновывается теоретическая ценность и практическая значимость, приводится информация об апробации диссертации.

Автор не выделяет отдельной главы, в которой были бы представлены только теоретические основания исследования в отрыве от анализа конкретного языкового материала, что обусловлено поставленными задачами. Имеющиеся научные разработки последовательно обобщаются и приводятся по ходу работы именно там, где это необходимо, что значительно облегчает чтение диссертации и не вызывает нареканий.

Глава I «Виды неодеривации в текстах рекламы и СМИ» начинается с необходимого теоретического экскурса, в котором автор рассматривает и последовательно сопоставляет специфику этих двух сфер употребления

языка, и в виде диаграммы выявляет их особенности и общие черты. Затем автор вводит термин *неодериват*, аргументирует необходимость его использования и отграничивает его от понятий *неологизма* и *окказионализма*, сопоставляя все три термина по таким существенным параметрам, как соответствие имеющимся в языке моделям, асистемность семантики, воспроизводимость, фиксация в лексикографических источниках, и др. (в общей сложности учитываются 13 параметров), а результаты фиксируются в виде таблицы. В этой же главе выделяются и подробно рассматриваются на конкретных тщательно проанализированных примерах *семантические*, *словообразовательные* и *синтаксические неодериваты*, а также *графодериваты*, описываются механизмы и модели их образования, на основе чего разрабатывается их подробная классификация. Бесспорным достоинством работы является чрезвычайно аккуратное, можно даже сказать, трепетное отношение автора к исследуемым образцам: так например, А.С. Пучнина не просто подробно и глубоко анализирует креолизованные тексты, но и приводит фотографии исследуемых объектов как в приложении, так и в основном тексте работы, что помогает читателю воспринять аномальную единицу именно в том виде, в котором она доступна реципиенту. Впрочем, это относится не только к параграфам, посвященным графодеривации, но и ко всей первой главе, изобилующей яркими примерами, подвергнутыми основательному и глубокому анализу, а также к тем параграфам второй главы, в которых содержится анализ эмпирического материала. Чрезвычайно удачным представляется применение метода количественного анализа, позволяющего выявить превалирующие механизмы развития новых значений, модели образования лексических инноваций, а также синтаксические модели деривации. При анализе аномальных синтаксических структур автор последовательно учитывает как формальный, так и содержательный план высказывания. Так, интересны наблюдения А.С. Пучниной за фактами перегруппировки формальной структуры высказывания, приводящей к нарушению бытийной логики. В целом ряде

примеров обнаруживается смысловой парадокс, обусловленный целенаправленным нарушением субъектно-объектных и субъектно-партитивных отношений. Установление видов игровых преобразований формальной структуры высказывания на предложенном материале представляет собой значимый вклад автора в исследование языковой игры на синтаксическом уровне и синтаксической организации текстов рекламы и СМИ.

Если в первой главе основное внимание сосредоточено на формальных аспектах деривации, то вторая глава посвящена реализации прагматического потенциала неодериватов. В ее теоретической части автор указывает на субъективность массмедийных и рекламных текстов, рассматривает жанровые параметры рекламы и заголовка, фиксирует в виде таблиц их сходства и различия, иллюстрируя их собственными примерами. Далее автор исследует имплицитную и эксплицитную императивность текстов СМИ и рекламы, при этом несомненную ценность представляет выявленное процентное соотношение подвидов эксплицитной императивности. Весьма удачна логическая связь четвертого и пятого параграфов главы II. Если в параграфе 2.4. диссертант «расшифровывает» многоплановость высказываний, восстанавливая их потенциальные смыслы, заложенные продуцентом в стремлении оказать воздействие на как можно большее число неоднородных по полу, возрасту и социальному статусу читателей, то в параграфе 2.5. представлены результаты эксперимента, нацеленного на выявление механизмов восприятия неодериватов читателями и обнаружение возникающих ассоциаций, причем чрезвычайно любопытно установленное преобладание негативной оценки.

Хотелось бы узнать мнение автора по следующим вопросам:

1) Автор говорит следующее: «Воздействующая функция, лежащая в основе функционала текстов СМИ и рекламы, определяет экспрессивный характер неодериватов» (с. 116). Следует ли из этого, что экспрессивность является характеристикой, сугубо обусловленной сферой употребления

единицы, или же она изначально свойственна каждому неодеривату вне зависимости от конкретной коммуникативной ситуации и доминирующих в ней функций?

2) На с. 117 мы читаем: «Неодериваты уже получают фиксацию в современных словарях, т.е. кодифицируются, что говорит о тенденции стать фактами языка, а не только речи». Очевидно, фиксации таких единиц в лексикографических источниках предшествует их вхождение в узус. Сохраняется ли при этом экспрессивность неодериватов?

3) Считает ли автор возможным использование термина «неодериват» применительно к аномальным единицам, появляющимся в других сферах речевого употребления, и если да, то в каких?

4) В заключении, рассуждая о перспективах дальнейшего исследования, автор говорит о возможности «анализа неодериватов, представленных модификациями единиц других языковых уровней» (с. 189). О каких уровнях идет речь?

Эти вопросы, не умаляющие ценности результатов и теоретических разработок автора, обусловлены интересом к затрагиваемым в работе проблемам и носят дискуссионный характер.

Таким образом, диссертация А.С. Пучниной «Лингво-экспрессивные модификации речевых единиц в текстах рекламы и СМИ» представляет собой законченное самостоятельное научное исследование, посвященное актуальной лингвистической проблеме. Репрезентативность эмпирического материала, обоснованность выводов, теоретическая значимость диссертации свидетельствуют о доказательности выдвинутых на защиту положений и достоверности полученных результатов.

Исследование базируется на анализе большого количества актуального фактического материала, который может быть применен в преподавательской практике при обучении студентов-иностранцев, обучающихся на филологических факультетах и факультетах журналистики, а также в качестве иллюстративного материала в курсах синтаксиса,

стилистики и культуры речи, а также в специальных курсах по словообразованию, языковой игре и языку СМИ и рекламы.

Следует признать достаточным уровень апробации исследования. Его основные положения отражены в 9 публикациях, три из которых – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ. Содержание автореферата соответствует тексту работы и адекватно отражает ее основные положения и выводы.

Диссертация на тему «Лингво-экспрессивные модификации речевых единиц в текстах рекламы и СМИ» представляет собой научно-квалификационную работу, которая соответствует критериям, установленным Положением о порядке присуждения ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842., а ее автор Александра Станиславовна Пучнина заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры
русского языка для иностранных учащихся
Южного федерального университета



Каллистратидис Е.В.

03.09.2015

Каллистратидис Евгения Владимировна,
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 105/42
+7(863)305-19-98
<http://www.sfedu.ru>
e-mail: evakallas@rambler.ru



СПИСОК
научных трудов
Каллистратидис Евгении Владимировны

№№ п/п	Название статьи	Выходные данные	Объём в п.л.
1	Игровые трансформации узуального слова в Интернет-тексте	Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2012. – № 4. – С. 120 – 127. (из списка ВАК)	0,45
2	Лексические инновации с общим значением "текст" в речевых практиках русскоязычной интернет-субкультуры <i>fan fiction</i>	Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10 (28). – С. 81 – 84. (из списка ВАК)	0,45
3	Экспрессивные этнонимы и квазиэтнонимы в неформальной интернет-коммуникации: функциональный и этический аспекты	Научный диалог. – 2013. – №10 (22). – С. 88 – 97.	0,45
4	Языковая игра в интернет-текстах малой формы	Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. – 2013. – № 1. – С. 91 – 96. (из списка ВАК)	0,45

Кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры
русского языка для иностранных учащихся
Южного федерального университета



Каллистратидис Е.В.

03.09.2015

Адрес: 344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 105/42

Электронная почта: evakallas@rambler.ru

Телефон: 89604647838; 8(632)710281

