

ОТЗЫВ

о диссертации **Колчевской Валерии Алексеевны**
на тему «Средства выражения категории персуазивности в гипержанре
«сайт» туристического интернет-дискурса», представленной на соискание
ученой степени кандидата филологических наук
по специальности 10.02.19 – теория языка (Краснодар, 2020)

Диссертационное исследование Колчевской В.А. посвящено выявлению роли персуазивности в организации гипержанра «сайт» туристического интернет-дискурса, установлению и изучению стратегию - тактической организации современного туристического интернет-дискурса, а также классификации и систематизации процессов реализации коммуникативных стратегий персуазивности в данном типе профессионального коммуникативного взаимодействия.

В последние десятилетия туристическая индустрия стала одной из наиболее стремительно развивающихся областей жизни современного социума. Невозможно представить нынешнего человека без поездок, связанных с профессиональной деятельностью, без путешествий, нацеленных на поиск новых впечатлений и ощущений. Однако современную индустрию туризма также сложно вообразить и вне глобальной сети Интернет, которая значительно облегчила работу как многочисленным туристическим компаниям, так и их потенциальным клиентам, предоставив свободный доступ к получению и передаче определенной информации и позволив заказывать путешествия не выходя из дома. Все это и послужило основой для того «исследовательского бума» туристического дискурса, свидетелями которого мы являемся.

Сегодня ни у кого не вызывает сомнений, что для того, чтобы вести успешный туристический бизнес, необходимо, с одной стороны, «идти нога в ногу» с современными коммуникативными технологиями, с другой стороны – не менее важным представляется понимание роли и тонкое владение воздействующим коммуникативным инструментарием, важную роль в котором занимает языковое оформление. Все вышесказанное предопределяет несомненную *актуальность* исследования Колчевской В.А.

Научная новизна обсуждаемой диссертации видится в понимании автором туристического интернет-дискурса как персуазивного дискурса, в

котором посредством рационального и эмоционального убеждения происходит изменение оценок и суждений адресата с учётом интенций, и интересов адресанта, в детальном анализе стратегемно-тактической системы туристического интернет-дискурса, в которой особое место отводится лингвистическим и нелингвистическими средствам выражения персуазивности, в выявлении и описании общих и специфичных лингвистических особенностей выражения персуазивности в «статье», «каталоге», «отзыве», «рекомендации» туристического интернет-дискурса. Инновационной видится разработанная и успешно апробированная автором классификация средств выражения категории персуазивности с учётом жанровой специфики туристического интернет-дискурса.

Автору удалось, и в этом состоит *личный вклад соискателя* в решение поставленных в исследовании задач, опираясь на принципы контекстуально-интерпретационного и интертекстуального анализа текстового материала, типологический метод исследования, а также метод классификации, охарактеризовать туристический интернет-дискурс как гибридное образование институционального характера, в котором сочетание характеристик различных видов дискурса влияет на особенности его конструирования, его жанровую форму, а также специфику реализации персуазивной коммуникации с классификацией стратегемно-тактической системы коммуникативного взаимодействия в рамках гипержанра «сайт» туристического интернет-дискурса.

В совокупности все вышеизложенное обеспечивает *высокую степень обоснованности* выдвигаемых научных положений, к числу которых относятся, например, следующие:

1). Гипержанр «сайт» туристического интернет-дискурса, исходя из реализуемых функций, целей и задач, особенностей структуры и содержания, органично включает в себя три основных конституента: сайты туристических операторов; сайты туристических журналов; сайты туристических социальных сетей.

2). Сайт туроператора направлен на освещение достопримечательностей или туристических объектов с привлекательной стороны, его типичной характеристикой является лаконичное и последовательное представление информации, собранной на основе опыта

работы туроператора в индустрии туризма. Сайт туристического журнала отличается тематическим разнообразием, которое, во многом, отражает личный опыт редактора журнала. Сайт туристической социальной сети направлен на предоставление фактологической, описательной информации, нацеленной на выборочную детализацию предмета речи (конкретную страну и/ или местность).

3). Туристический интернет-дискурс в системе институциональной коммуникации представляет собой персуазивную деятельность участников общения, которая реализуется средствами языка на различных уровнях: лексическом, морфологическом, синтаксическом, а также компонентами невербальных систем.

4). Персуазивность туристического сайта нацелена на изменение определённой позиции адресата, его отношения к реальности и её событиям. Адресант туристического сайта использует широкий спектр коммуникативных (вербальных и невербальных) средств для моделирования необходимого ему действия, вместе с тем формируя положительную оценку туристического события или реалии у адресата.

Теоретическая и практическая значимость диссертации Колчевской Валерии Алексеевны состоит в возможности применения полученных результатов в курсах по риторике, общей теории дискурса, теории коммуникации, в спецкурсах, посвященных прагмалингвистике. Однако, значимость результатов данного исследования, на наш взгляд, не ограничивается возможностями их использования в ряде теоретических курсов и спецкурсов, поскольку в дополнение к этому возможно системное применение разработанной концепции персуазивной коммуникации при анализе различных типов институционального дискурса на материале различных языков.

Структура диссертации обусловлена особенностями подхода исследователя к достижению поставленных целей. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографии.

В первой главе «*Туристический интернет-дискурс как особое коммуникативное пространство*» автор излагает общетеоретическую базу исследований туристического дискурса в системе современной гуманитарной мысли, предлагает обзор исследовательских парадигм туристического

дискурса, который, с одной стороны, позволяет расширить горизонты понимания институциональной природы данного типа коммуникативного взаимодействия, с другой - способствует пониманию значимости виртуальной реализации изучаемого коммуникативного феномена.

Нельзя не согласиться с автором, утверждающим, что из-за изменения канала связи, в настоящее время активно появляются инновационные формы коммуникативного взаимодействия, в которых «может произойти появление чего-то нового или наоборот, ограничение уже имеющейся информации» (стр. 53). Именно значимость и важность виртуальной институциональной коммуникации в современных реалиях обусловили как появление, так и активное развитие нового субдискурса – туристического интернет-дискурса, и новых жанров – туристических сайтов. Важным выводом автора в этой части, на наш взгляд, является понимание туристического интернет-дискурса как гибридного коммуникативного образования, в котором в тесном взаимодействии сосуществуют и используются публицистический, рекламный и исторический дискурсы.

Автор справедливо подчеркивает, что жанровая система интернет-дискурса представляет собой многоуровневую систему, которая находится только на этапе своего становления в данный момент. Закономерно, что особое внимание в рамках первой главы автор уделяет вопросам описания специфики гипержанра «сайт» туристического интернет-дискурса, характеризуя его как «триединство тематического содержания, стиля и композиционного построения» (стр. 103).

Во второй главе *«Стратегии и средства выражения категории персуазивности в туристическом интернет-дискурсе»* автор концентрирует свое исследовательское внимание на изучении персуазивности в качестве языковой категории, отмечая, что данный феномен рассматривается и как разновидность манипулирования, противопоставляемая рациональному аргументированию, и как совокупность приёмов, направленных на усиление аргументов, и как неотъемлемая составляющая коммуникативной стратегии текста. Сама В.А. Колчевская разделяет точку зрения, что «персуазивность являет собой особую форму ментально-речевой деятельности, характерной особенностью которой выступает убеждение, направленное на принятие адресатом рациональной аргументации адресанта» (стр.107).

Особого одобрения заслуживает стремление автора в выявлении роли и описании специфики природы персуазивности в институциональном типе коммуникации. Здесь, по мнению В.А. Колчевской, чрезвычайно важно понимать, что туристический интернет-дискурс как тип институционального взаимодействия, который отличается персуазивной природой, характеризуется собственной системой персуазивных коммуникативных стратегий, направленных на достижение определённых коммуникативных целей всех участников туристической индустрии.

Результаты комплексного и разностороннего подхода к эмпирическому материалу исследования убедительно показывают, что специфической особенностью туристического интернет-дискурса является тот факт, что персуазивные коммуникативные стратегии, реализующиеся в жанрах «статья», «каталог», «отзыв», «рекомендация» туристического интернет-дискурса одинаковы. Не менее интересным и результативным, на наш взгляд, является комплексный и разносторонний подход, примененный при анализе стратегемно-тактической системы исследуемого типа дискурса, к выявлению особенностей вербальной (языковой) и невербальной (визуально-графической) репрезентации коммуникативной деятельности участников туристического интернет-дискурса

При общей теоретической значимости работы В.А. Колчевской важно отметить ее бесспорную практическую ценность. К несомненным достоинствам работы нужно отнести последовательность изложения авторской концепции, убедительную аргументацию и системность изложения. Основные тезисы работы, вынесенные на защиту, детально и убедительно раскрыты. Данные положения в своей совокупности представляют собой смысловой каркас рецензируемой работы, успешно доказываются диссертантом с использованием анализа ряда примеров и не вызывают возражения.

Высокий уровень выполненной работы позволяет задать автору ряд вопросов, которые носят дискуссионный характер и сводятся к следующему:

Первый вопрос, который, на наш взгляд, нуждается в авторских комментариях – это вопрос терминологии, использованной в работе. Так, хотя в начале работы (стр. 32, 46, 47 и др.) автор, изучая «статью», «каталог», «отзыв», «рекомендацию» туристического интернет-дискурса, называет их,

ссылаясь на ряд отечественных исследователей, жанрами, в своем исследовании В.А. Колчевская в описании данных коммуникативных феноменов применяет термин «структурно-семантические образования» (стр. 6, 9, 46, 69 и др.). Хотелось бы понять, чем обосновано использование в тексте работы именно данных терминов, а не устоявшейся в современном жанроведении таксономии: гипержанр – жанр – субжанр.

Во-вторых, хотелось бы услышать более четкие аргументы автора о соотношении туристического сайта с функциональными стилями (стр. 66 – 68). Из текста работы остается не совсем ясным, каким образом функциональные стили влияют на содержательное и языковое оформление туристического сайта, какие конкретные закономерности данной взаимосвязи удалось обнаружить автору, и как данная взаимосвязь связана с персуазивностью туристического сайта.

В-третьих, в параграфе 1.4. «**Специфика гипержанра «сайт» туристического интернет-дискурса**» автором приводится несколько, на наш взгляд, ценных классификаций (стр. 59, стр. 60, стр.65). Работа бы значительно выиграла, если бы автор проанализировал и прокомментировал исследуемые туристические сайты согласно описываемым критериям с опорой на полученные количественные и статистические данные.

В целом хотелось бы обратить внимание В.А. Колчевской на тот факт, что проведенное ею исследование значительно бы выиграло (особенно при анализе тактической реализации персуазивных стратегий (параграф 2.2.)), если бы в него был включен квантитативный анализ всех описываемых ею языковых явлений, характерных для туристического сайта.

В тексте работы встречается ряд орфографических (стр. 87, 91, 93, 106, 124 и др.), пунктуационных (стр. 89, 101) и технически погрешностей, частотность которых, однако, невелика и остается в пределах статистической погрешности.

Приведенные вопросы и замечания не влияют на положительную оценку работы и не снижают высокой научной значимости проведенного исследования. Содержание автореферата и апробация результатов исследования: 14 публикаций по теме, из которых 3 статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ, соответствуют исследуемой проблематике и отражают

основные положения диссертационной работы. Полученные В.А. Колчевской научные результаты соответствуют паспорту заявленной специальности 10.02.19 – теория языка.

Таким образом, в диссертационной работе В.А. Колчевской «Средства выражения категории персуазивности в гипержанре «сайт» туристического интернет-дискурса», выдержаны все требования, предъявляемые к кандидатским диссертациям. Указанное диссертационное исследование соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г., № 842 (а также в ред. от 02.08.2016 г.), а ее автор, Колчевская Валерия Алексеевна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук (10.02.19 – теория языка),
профессор, заведующая кафедрой английского языка и
профессиональной коммуникации федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Пятигорский государственный университет»

Ширяева Татьяна Александровна,



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ПГУ»)
357532, г. Пятигорск, Ставропольский край
пр. Калинина, 9
тел.: (8793) 400-105
e-mail: englishcom@pgu.ru
официальный сайт: <https://pgu.ru>



14.01.2021 г.