

## УТВЕРЖДАЮ

Проректор по науке и инновациям  
федерального государственного  
автономного образовательного  
учреждения высшего образования

«Северо-Восточный  
федеральный университет  
имени М.К. Аммосова»



Соловьев Е.Э.

2022 г.

## ОТЗЫВ

ведущей организации ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова» на диссертацию Чжан Цзяньвэнь «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии», представленную на соискание ученой степени кандидата филологических наук по научной специальности 10.02.19– Теория языка.

В связи с постоянным расширением и углублением международных отношений России и Китая, возникает необходимость взаимного изучения всех аспектов языка и культуры.

Если можно говорить о достаточно обширном круге тем, связанных с лексическим, синтаксическим и стилистическим уровнями китайского языка, то нельзя сказать того же и о фонетическом уровне. Рецензируемая работа посвящена вопросам просодических признаков в их связи с информативностью. Как справедливо указывает автор научного исследования, узконаправленные фонетические исследования дискурса учитывают интегрирующее влияние дискурса на его единицы, вплоть до самой минимальной единицы – фонемы. Выход за пределы слога, слова, предложения, которые были материалом для исследования в фонетических

работах прежних лет, с неизбежностью предполагает объяснение фонетических явлений с привлечением данных широкого контекста. Анализ варьирования сегментных единиц в спонтанном разговорном дискурсе на материале английского (в разных вариантах) и немецкого языков убедительно свидетельствует, что репрезентативность дифференциальных признаков фонемы зависит от расположения аллофона в тема-рематической структуре высказывания. Именно на участках коммуникативной нагруженности характеристики аллофонов приближаются к полному типу произнесения и, напротив, тематические отрезки высказывания – территория сегментов неполного типа, разного рода модификаций фонем, вплоть до элизии гласных и эллиптирования согласных. Исследований, направленных на изучение просодии фонологических единиц в зависимости от информационной нагрузки немного, а на материале китайского языка они отсутствуют.

Актуальность данного исследования не вызывает сомнений, поскольку интенсивное развитие средств массовой информации порождает большое количество вопросов, связанных с восприятием и передачей вербальных сообщений. Например, вопросы, касающиеся диапазона варьирования сегментных и супraseгментных фонетических единиц, а также акустических и перцептивных характеристик информационного фокуса высказывания. Ещё одно немаловажное обстоятельство, определяющее актуальность данного исследования – это доминирующий характер китайского языка, огромное количество носителей данного языка в мире и важная роль КНР в мировом экономическом развитии и политической жизни.

Название диссертации соответствует ее содержанию и характеру выполненного исследования.

Структура диссертационной работы соответствует содержанию исследования и включает введение, две главы, выводы по главам, заключение, библиографию (166 работ на русском и иностранном языках) и приложения. Избранная автором логика исследования, последовательность и содержание глав, параграфов позволяет глубоко и качественно раскрыть заявленную тему.

В предоставленной работе Чжан Цзяньвэнь достаточно корректно выстроила понятийный аппарат исследования. Цель, объект и предмет исследования сформулированы логично и вытекают из выявленных и проанализированных автором противоречий в исследуемой области на социально-педагогическом, научно-теоретическом и методическом уровнях.

Гипотеза исследования конкретизируется положениями, реализация которых позволит выявлять связи между варьированием просодических характеристик и восприятием той или иной части информационной структуры рекламного высказывания как важной, ключевой либо неважной, неключевой. В соответствии с целью и гипотезой сформулированы задачи исследования, определившие логику изложения материала.

В положениях, выносимых на защиту, автор выстраивает стратегию определения просодических характеристик и их взаимовлияния информационной структурой рекламного сообщения:

1. Несмотря на высокую информационную насыщенность звучащего рекламного произведения, перцептивный эксперимент с группой носителей языка даёт основания для объективного построения информационного каркаса рекламного произведения с ядром и периферией.
2. В силу жанровой специфики рекламного произведения большую часть информационного каркаса будут составлять классы слов именной группы с преобладающей долей существительных для обозначения товара, услуги, социальной ценности, модели поведения.
3. На участках, относящихся к информационному каркасу текстов рекламного дискурса будет в целом наблюдаться более полная реализация параметров длительности, интенсивности и основного тона (в плане контраста лексических тонов), а также замедление темпа как показатель более высокой информативности.
4. Взаимоотношения информационной нагрузки и параметров длительности и темпа, интенсивности и основного тона не будут носить

однозначного характера. Будет наблюдаться действие компенсаторного механизма и особого взаимодействия указанных параметров.

5. Вес факторов «информативная нагрузка», «тип рекламы» и «гендер» неодинаков, что обуславливает разную степень зависимости от них исследуемых параметров.

Прежде всего диссертант рассматривает рекламный дискурс как часть теории дискурса и его значение в жизни современного человека. Объектом исследования являлась информационная структура звучащего рекламного дискурса. Сложность изучения фонетических особенностей рекламного дискурса на китайском языке обусловлена несколькими причинами, важнейшей из которых является наличие этимологических лексических тонов (музыкального ударения). Варьирование китайских лексических тонов зависит от фразовой интонации, которая определяется не только синтаксическими правилами, но и лингвистической выделенностью. Изучение вариативности основного тона в зависимости от информационной нагрузки той или иной части китайского рекламного звучащего текста обозначено как одна из задач исследования.

Чжан Цзяньвэнь, давая историческую справку о китайской звучащей рекламе, говорит о том, что китайская коммерческая реклама связана с историей развития в Китае сельского хозяйства, промышленности, торговли. Только зарождавшаяся коммерческая деятельность сопровождалась рекламой изобразительного типа: товар в натуральном виде показывали посетителям, которых торговцы зазывали и пытались уговорить сделать покупку. Современная коммерческая реклама Китая достигла больших масштабов и в настоящее время Китай на рекламном рынке занимает третье место после США и Японии. Среди множества видов рекламы, звучащая занимает второе место после наружной.

Несомненным достоинством теоретической части выполненного диссертационного исследования можно считать изучение лингвистических

работ по теории дискурса; антропоцентрическому и информационному подходам к анализу рекламного дискурса на китайском языке; фонетическим характеристикам современного китайского языка (такие как длительность и темп, интенсивность, основной тон и тд.).

Чжан Цзяньвэнь определила, что базовыми элементами модели восприятия информативно важной информации выступают по отдельным классам слов существительные и глаголы, именная группа частотнее глагольной; выявила тенденцию к увеличению длительности на квалифицированном большинстве информативных слогов, а также связь вариативности темпа от информационной нагрузки, типа рекламы и гендера; диссертант с помощью исследования параметра интенсивности пришла к выводу, что и в коммерческой, и в социальной рекламе мужчины прибегают к одинаковой стратегии – увеличивают широту диапазона и/или уровень интенсивности.

Отдельного внимания заслуживает утверждение, что одновременное увеличение широты диапазона и длительности является эффективным приемом выделения информативно нагруженных частей и что этот прием чаще используется женщинами в социальной рекламе (стр.75).

**Теоретическая значимость** исследования заключается в следующем:

пополнение данными о синхронном состоянии просодической системы китайского языка и её реализации в зависимости от таких факторов, как информационная нагрузка, жанр (поджанр) и гендер, а также о частотности грамматических классов слов в зависимости от информационной нагрузки.

**К практической результатам** исследования можно отнести:

- возможность их использования в курсах по фонетике, прагмалингвистике, теории дискурса и дискурс-анализа. Они могут быть полезны для дикторов радио и телевидения в вопросах моделирования эффективной рекламы. Изучение текстов рекламного дискурса также способствует повышению речевой культуры, овладению навыками анализа и обработки текста, формированию умения оценивать и редактировать рекламные тексты.

Не вызывают сомнения выводы, полученные диссертантом и представленные на достаточно обобщенном уровне в заключительной части диссертации.

Автореферат соответствует логике и содержанию диссертации. Написан грамотно и верно отражает суть диссертационного исследования.

При всех своих достоинствах данная работа не лишена определенных спорных моментов и недочетов, хотя большая часть из них носит дискуссионный характер:

1. На стр. 21 диссертации автор пишет «главная особенность упоминающего текста» в разделе о типах рекламных дискурсов, значит ли это, что автор считает понятия «дискурс» и «текст» синонимичными?
2. В практической части исследования диссертант проводит перцептивный эксперимент для выявления наиболее важных по смыслу слов и словосочетаний, которые впоследствии были отмечены как информативно нагруженные, образующие информативный каркас/фокус дискурса (ИКД), его смысловое ядро, понимание которого оказывает решающую роль при восприятии текста в целом (стр. 44). Можно ли утверждать, что в ИКД входят слова или словосочетания, представляющие основные структурные элементы вербального текста рекламы, например, слоган или эхо-фраза, если принимать во внимание, что особенностью рекламного дискурса является высокая смысловая нагрузка даже самого короткого текста – слогана или заголовка?
3. В ходе исследования диссертант приходит к выводу, что в отличие от мужчин женщины более деликатно обозначают важные моменты социальной рекламы, более тонко говорят о социальных проблемах, предпочитая обратную стратегию на информационно нагруженных участках – понижение уровня интенсивности и широты диапазона (стр. 73-74). Означает ли это, что тенденция интонационного

оформления в речи женщин зависит от организации текста, например, аргументации в коммерческой рекламе или под действием семантических факторов? Чем объясняется одинаковая стратегия в разных типах рекламы у мужских дикторов?

4. В качестве материала исследования были использованы рекламные тексты в монологической форме речи. По мнению диссертанта влияет ли форма речи (диалог, полилог) на перцептивные и акустические характеристики рекламного текста?
5. В оформлении исследования наблюдаются незначительные опечатки и пунктуационные погрешности.
6. В качестве незначительного замечания хотелось бы отметить, что было бы удобнее, если бы примеры аудиозаписей можно было послушать пройдя по ссылке, указанной в тексте диссертации или отсканировав QR-код.

Диссертационное исследование Чжан Цзяньвэнь, представленное к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук, свидетельствует о научной зрелости соискателя, его подготовленности к самостоятельным научным изысканиям. Автор владеет теоретико-методическими основами исследуемой проблемы. Его характеризует творческое отношение к научной деятельности.

Мы считаем, что диссертация Чжан Цзяньвэнь является законченным исследованием, выполненным на достаточно высоком теоретическом, методическом уровне, имеет практическую ценность для образовательных учреждений РФ.

По теме диссертации опубликовано 7 научных статей. Автореферат и публикации автора отражают основное содержание исследования.

Диссертация Чжан Цзяньвэнь соответствует паспорту научной специальности 10.02.19 – Теория языка отвечает пп. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением

Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук.

Текст отзыва составлен кандидатом филологических наук, доцентом кафедры восточных языков и страноведения ИЗФиР СВФУ Васильевой Анной Андреевной, обсужден и утвержден на заседании кафедры восточных языков и страноведения Института зарубежной филологии и регионоведения ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова» 11 мая 2022 года, протокол № 9.

Заведующая

кафедрой восточных языков

и страноведения ИЗФиР СВФУ,

кандидат филологических наук,

доцент

Руфова Елена Степановна



Почтовый адрес СВФУ:

677000, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, Белинского ул., д.58,

Тел. +7 (4112) 36-15-18; rector@s-vfu.ru