

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Чжан Цзяньвэнь на тему «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии», представленной на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка

Рецензируемая работа посвящена актуальной проблеме, связанной с изучением способов формирования информационной структуры звучащего текста в рекламном дискурсе. Предметом исследования являются акустические признаки вариативности просодических характеристик речи диктора, которые обеспечивают восприятие определённой части рекламного высказывания слушателем как ключевой, либо нерелевантной.

В ходе исследования на статистически представительном материале китайского языка Чжан Цзяньвэнь последовательно решает поставленные задачи и успешно достигает поставленной в исследовании цели. Этому способствует удачный выбор комплекса теоретических и экспериментальных методов, включая метод слухового анализа для первичной обработки и отбора материала; аудиторского анализа для разграничения информативно нагруженных и малоинформативных участков, а также для проверки возможности восприятия замен тонов; инструментального анализа, выполненного в программе PRAAT и использованного для получения объективных просодических характеристик китайских слогов в исследуемом речевом материале.

Достоверность и перспективность полученных Чжан Цзяньвэнь результатов обуславливают теоретическую значимость проделанной ею работы, состоящей в том, что диссертация вносит вклад в изучение широкого спектра проблем, связанных с теорией дискурса и дискурс-анализа, фонетикой и прагмалингвистикой, а также снабжает лингвистическую науку дополнительными сведениями о просодической системе китайского языка и её вариативности в реальной речевой реализации с учётом таких факторов, как степень информационной нагрузки, жанровая принадлежность, гендерные особенности.

Возможность использования результатов, полученных автором, в анализе социальной и коммерческой рекламы с целью выявления связи между варьированием просодических характеристик речи диктора и восприятием информационного фокуса рекламного сообщения, указывает

на практическую ценность диссертации, которая также не вызывает сомнений и связана с тем, что установленные Чжан Цзяньвэнь закономерности позволяют оптимизировать процессы определения информационного каркаса в рекламном тексте, с одной стороны, и моделирования эффективной рекламы, с другой.

Полученные Чжан Цзяньвэнь практические результаты обладают несомненной научной новизной. Наиболее ценными можно признать полученные автором данные о распределении в рекламном дискурсе контекстуальных замен китайских тонов, не относящихся к правилам тонального сандхи и зависящих от исследуемых в работе факторов.

Вместе с тем представляется необходимым указать на ряд дискуссионных моментов. В теоретической главе работы достаточно явно прослеживается европоцентрическая традиция к описанию просодии китайского языка, несмотря на существование иных позиций в восточном языкознании. Например, вопрос о наличии ударения как самостоятельной единицы в китайском языке до сих пор остаётся спорным в лингвистике, однако этот факт не находит отражения в автореферате. В отдельном разделе, посвящённом просодическим параметрам, при описании параметра длительности (с. 8) не упоминается тот факт, что именно он выступает ведущим акустическим коррелятом, обеспечивающим полноту реализации лексических тонов, что, в свою очередь, является основным признаком выделенности в китайской фразе (см., например, работы Румянцева М.К.). На стр. 9 автореферата отмечается, что «в таких языках, как китайский, основной тон является фонологическим параметром, с помощью которого образуются лексические тоны (музыкальное ударение)». Приравнивание лексического тона к музыкальному ударению едва ли можно признать оправданным. Однако, отмечу, что высказанные замечания не влияют на полученные автором результаты и на общую положительную оценку проделанной автором работы.

Работу в целом отличает ясность структуры, последовательность и логичность изложения материала, обоснованность выводов. Список публикаций диссертанта и список научных конференций, на которых работа получила апробацию, отражают личный вклад Чжан Цзяньвэнь в решение поставленной научной задачи. Основные результаты работы изложены автором в 7 научных публикациях, включая 3 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК.

Изложенные в автореферате результаты позволяют судить о том, что диссертационная работа Чжан Цзяньвэнь «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии» представляет собой современное, глубокое и творческое исследование, соответствующее паспорту научной специальности 10.02.19 – теория языка и требованиям пп. 9–14 «Положения о порядке присуждения учёных степеней» ВАК РФ от 24.09.2013 г. № 842, а его автор, Чжан Цзяньвэнь, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

06.06.2022 г.

Завьялова Виктория Львовна

доктор филологических наук (10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание),
доцент, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Восточного института – Школы региональных и международных исследований
ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»
690922, Приморский край, г. Владивосток,
о. Русский, п. Аякс, 10, кампус ДВФУ, корп. D, уровень 4, D419
телефон: 8 (423) 265 24 24 (доб. 2947)
e-mail: rectorat@dvfu.ru, zavyalova.vl@dvfu.ru
веб-сайт: <https://www.dvfu.ru>



Подпись *Завьялова В.Л.*
Иде Говарю. Начальник отдела
кадрового производства
16.06.2022