

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТНОЙ КОМИССИИ

по диссертации Чжан Цзяньвэнь

«Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка

Кандидатская диссертация Чжан Цзяньвэнь «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии» посвящена особенностям варьирования просодических характеристик слога в китайской радиорекламе. В работе рассмотрена зависимость параметров длительности и темпа, интенсивности и основного тона в информационной структуре рекламного высказывания. Материалом для исследования послужили тексты коммерческой и социальной рекламы, начитанные без музыкального сопровождения шестью профессиональными молодыми дикторами – носителями путунхуа; слоги с заменами лексических тонов, произошедшими в результате естественных модификаций в потоке речи; реакции двух групп аудиторов (10 и 168 человек) – носителей китайского языка. Всего диссертантом проанализировано 59 коммерческих и 72 социальные радиорекламы, в которых было реализовано 5768 слов (11290 слогов), проведены замеры на выборке из 1249 слогов, изучено 7056 реакций аудиторов на 42 слога с заменами тонов.

**Актуальность** исследования Чжан Цзяньвэнь обусловлена следующим. Во-первых, без обращения к фонетическим характеристикам информационного фокуса и периферии звучащей речи разных жанров невозможно понимание механизмов эффективной коммуникации. Во-вторых, требуется получить и систематизировать данные о фонетических средствах воздействия на потенциального потребителя через звучащий рекламный текст. В-третьих, необходимо определить диапазон варьирования просодических параметров и систематизировать акустические и перцептивные характеристики информационного фокуса по сравнению с периферией. Описания того, как функционирует фонологическая система китайского языка, не включающие факторы информационной нагрузки, жанра и гендера, не могут удовлетворить потребности полного описания синхронии языка и будут обладать малой полезностью для изучающих практический китайский язык, а также для создателей речевых корпусов и систем автоматического анализа и синтеза речи. В условиях недостатка работ, посвящённых варьированию китайской просодии в зависимости от указанных факторов, поставленная научная задача является весьма актуальной.

Работа Чжан Цзяньвэнь обладает несомненной **научной новизной**. Во-первых, в ходе исследования китайской звучащей рекламы впервые применён перцептивный подход для получения модели информационной структуры рекламы, произведена интеграция с грамматическими характеристиками слов и частотностью грамматических классов слов. Во-вторых, для одинаковых слогов с разной информативной нагруженностью впервые выявлены особенности варьирования длительности и темпа, интенсивности и основного тона, представлены модели темпорального варьирования и контекстуальных замен лексических тонов при учёте факторов типа рекламы и гендера. В-третьих, впервые получено перцептивное подтверждение замен тонов в ограниченном контексте в условиях десемантизации.

В научный оборот введён новый материал, отражающий современное состояние звучащей коммерческой и социальной рекламы в Китае.

**Теоретическая значимость** работы определяется тем, что выявлены закономерности варьирования просодических параметров при взаимодействии просодии фонологического слога и просодии фразы в зависимости от информационной нагрузки, жанровой специфики и гендера. Принципы интерпретации просодических процессов, апробированные в работе, применимы как для слоговых языков, так и для языков фонемного строя при учёте разного статуса слога в этих языках.

Работа соответствует паспорту специальности 10.02.19 «Теория языка», в ней на материале звучащей коммерческой и социальной рекламы рассмотрены проблемы фонетического отражения коммуникативных целей звучащей рекламы, а именно её воздействующей функции через манипуляцию просодическими параметрами. В работе рассматривается просодия речи на стандартном китайском варианте конкретного речевого жанра звучащей рекламы без видеосопровождения; в эксперименте носители языка сбалансированы по полу, возрасту, образованию и профессии. В области дискурсологии описаны характерные черты рекламы как особого вида дискурса, рассмотрены её типы. С помощью перцептивного анализа выявляется информационная структура рекламного дискурса, проводится параллель «рема – новое – информационный фокус» и «тема – данное – периферия», выявляется частотность классов слов и их групп в информационном фокусе и на периферии. В диссертации исследованы такие супrasegmentные характеристики, как темп, интенсивность и основной тон. Указанные характеристики представлены через призму взаимодействия просодии слога и просодии фразы; рассмотрены вопросы перцептивного подхода к определению частей информационной структуры рекламы, восприятия замен лексических тонов в условиях десемантизации. Методом интонографии (графики темпа, интенсивности, основного тона) собраны объективные данные о реализации просодических параметров; методом перцептивного эксперимента сформирован информационный каркас рекламных текстов с ядром и периферией, получены особенности восприятия потенциальных замен лексических тонов, образованных в результате естественных модификаций.

**Практическая значимость** исследования Чжан Цзяньвэнь обусловлена тем, что его результаты могут использоваться для разработки вузовских курсов по фонетике, прагматингвистике, теории дискурса и дискурс-анализа, экспертизе звучащей речи. Выявленные зависимости просодических компонентов от информационной нагрузки, типа рекламы и гендера могут быть полезны в обучении дикторов радио и телевидения речевой культуре и манипулятивным техникам при моделировании эффективной рекламы.

Диссертационное исследование характеризуется логичностью в изложении материала, обоснованностью выводов, убедительным анализом эмпирических данных.

#### **Выводы экспертной комиссии:**

1. Диссертация Чжан Цзяньвэнь представляет собой оригинальное научное исследование, в полной мере отвечающее требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, и может быть представлена к защите в диссертационном совете Д 212.189.11 на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

2. Содержание диссертации отражено в 7 публикациях, в т. ч. в 3 научных статьях в рецензируемых изданиях, включенных в реестр ВАК.

3. Автореферат диссертации отражает содержание работы и может быть разрешен к печати.

4. Предполагаемая ведущая организация – ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова».

5. Предполагаемые официальные оппоненты – Ильина Виолетта Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики перевода института гуманитарных технологий АНО ВО «Российский новый университет»; Мамонова Наталья Васильевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры делового иностранного языка ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет».

**Председатель экспертной комиссии:**

доктор филологических наук, профессор  
профессор кафедры журналистики  
и массовых коммуникаций  
ФГАОУ ВО «Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»

Владимир Александрович Салимовский

**Члены экспертной комиссии:**

доктор филологических наук, доцент,  
заведующий кафедрой русского языка и стилистики  
ФГАОУ ВО «Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»

Наталья Васильевна Данилевская

доктор филологических наук, профессор  
профессор кафедры лингвистики и перевода  
ФГАОУ ВО «Пермский государственный  
национальный исследовательский университет»

Светлана Викторовна Шустова