

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной и научной работе
ФГБОУ ВО «Амурский
государственный университет», доктор
педагогических наук, профессор,
Лейфа Андрей Васильевич



Stent

02

2022 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Амурский государственный университет»

Диссертация «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии» выполнена на кафедре иностранных языков филологического факультета федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Амурский государственный университет».

В период подготовки диссертации соискатель Чжан Цзяньвэнь работала в должности ассистента, а затем старшего преподавателя в Хэйхэском университете.

В 2009 г. Чжан Цзяньвэнь окончила Благовещенский государственный педагогический университет; присвоена квалификация «бакалавр филологического образования». В 2011 г. окончила Благовещенский государственный педагогический университет; присвоена квалификация «магистр» по направлению подготовки «Филологическое образование».

Удостоверение о сдаче кандидатских экзаменов по истории и философии науки, иностранному языку выдано в 2015 г. федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Амурский государственный университет».

Удостоверение о сдаче кандидатского экзамена по специальности 10.02.19 – теория языка выдано в 2017 г. федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Амурский государственный университет».

Научный руководитель – Андросова Светлана Викторовна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Амурский государственный университет», кафедра иностранных языков, доктор филологических наук, профессор.

По итогам обсуждения принято следующее заключение:

1. Считать диссертацию Чжан Цзяньвэнь «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии», представленную на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка, завершённой и подготовленной к защите.

2. Актуальность данного диссертационного исследования обусловлена необходимостью анализа моделей реализации фонетических систем языков в синхронии, важнейшей ролью изучения устной коммуникации в связи со значимостью радио, телевидения, сети Интернет как средств информационного воздействия на социум, доминирующим характером китайского языка, огромным количеством носителей данного языка в мире и важной ролью КНР в мировом экономическом развитии и политической жизни.

3. Теоретическая значимость результатов диссертационного исследования состоит в пополнении данными о синхронном состоянии просодической системы китайского языка и её реализации в зависимости от таких факторов, как информационная нагрузка, тип рекламы и пол говорящего, о частоте встречаемости слов, принадлежащих в разным частям речи, в зависимости от информационной нагрузки, а также в соотнесении акустических, перцептивных и фонологических свойств просодии китайского слога. **Научная новизна полученных результатов** заключается в том, что 1) впервые для китайской звучащей рекламы получена модель информационной структуры с применением перцептивного подхода; 2) впервые на материале слогов с одинаковым сегментным составом и каноническим тоном, но отличающихся степенью информативной нагруженности, выявлены особенности варьирования длительности, интенсивности и основного тона при участии двух дополнительных факторов (тип рекламы и гендер); 3) впервые представлена модель темпорального варьирования в зависимости от четырёх факторов: информационная нагрузка, позиция во фразе, тип рекламы и гендер; 4) впервые для рекламного дискурса представлено распределение контекстуальных замен тонов, не относящихся к правилам тонального сандхи, в зависимости от трёх вышеобозначенных факторов.

4. Практическая значимость работы определяется тем, что теоретические положения и результаты исследования, могут быть использованы в курсах по фонетике, прагмалингвистике, теории дискурса и дискурс-анализа, практикумах по технике речи для дикторов радио и телевидения в части моделирования эффективной рекламы, а также для

повышения речевой культуры, овладения навыками анализа и обработки текста, формирования умения оценивать и редактировать рекламные тексты.

5. Достоверность результатов научных положений и выводов обеспечивается:

- 1) цельностью методологической базы исследования;
- 2) применением комплекса методов, соответствующих цели и задачам диссертации;
- 3) анализом значительного объёма акустического (звучащая речь) и перцептивного материала (реакции аудиторов), достаточным количеством дикторов и аудиторов;
- 4) сопоставимостью с результатами, полученными ранее лингвистами разных стран.

6. Конкретное личное участие автора состояло в самостоятельном сборе, анализе и осмыслении материала. Изложенный в диссертации Чжан Цзяньвэнь материал принадлежит лично автору и является итогом её самостоятельной работы по данной научной теме. Содержание диссертации соответствует выдвинутым цели и задачам. Исследование направлено на построение информационного каркаса звучащего рекламного дискурса и на разработку модели варьирования просодических компонентов – длительности, темпа, интенсивности и основного тона – на слоге в зависимости от трёх факторов: информационная нагрузка, тип звучащей рекламы и гендер. **Решение исследовательских задач** в работе осуществлено с позиций антропоцентрического и информационного подходов и Щербовской фонологической школы, признающей носителя языка источником и потребителем речевой информации и единство четырёх аспектов описания звуковых единиц: артикуляционного, акустического, перцептивного и лингвистического. Во всех необходимых деталях продемонстрировано взаимодействие указанных факторов и параметров компонентов.

7. Основные результаты, полученные лично диссертантом:

1. Построен информационный каркас рекламных текстов, в который вошло 17,5% от всех реализованных слов (односложных, двусложных, трёхсложных). Определена вариантность количества слов, вошедших в каркас, в зависимости от типа рекламы (коммерческая или социальная), гендера (мужчины и женщины), длины рекламы, позиции во фразе (начало, середина, конец).

2. Рассмотрено распределение классов слов в рекламе в целом, в информационном каркасе и его ядре. Описана семантика классов слов в зависимости от типа рекламы.

3. Показано распределение длительности слогов на информативно нагруженных и малоинформативных участках, выявлено увеличение длительности, связанное с увеличением информационной нагрузки, более чем в половине случаев. Вместе с тем показана неоднозначность этой зависимости и небольшая величина преобладания данного параметра на информативных слогах по сравнению с малоинформативными.

4. Определена стратегия маркирования информационной нагрузки при помощи темпа за счёт замедления и ускорения. Вычислено процентное соотношение информативных слогов, реализованных на замедлении и на ускорении в зависимости от позиции во фразе, типа рекламы и пола говорящего.

5. Доказано, что интенсивность нельзя считать параметром, не играющим роли в оформлении информационной структуры рекламных текстов, поскольку более чем на половине информативных слогов либо широта диапазона интенсивности, либо её уровень, либо оба параметра были выше, чем на малоинформативных слогах. Между тем, обнаружена та же неоднозначность, что и для длительности и небольшая величина повышения.

6. Выявлено систематическое повышение значений основного тона, без изменений самого контура, в коммерческой рекламе по сравнению с социальной и на информативно нагруженных слогах по сравнению с малоинформативными для четырёх лексических тонов. Для нейтрального тона обнаружена обратная реакция на информационную нагрузку.

7. Определены самые устойчивые к изменению контура тоны и самые частотные тоны-замены. Доказано, что в 63% случаев измененный словарный тон не восстанавливается восприятием без широкого контекста.

Специальность, которой соответствует диссертация

Диссертация Чжан Цзяньвэнь «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии» соответствует паспорту специальности 10.02.19 – теория языка, в частности, в пунктах:

- язык, речь, речевая деятельность;
- социальная стратификация языка;
- методы исследования языка: эмпирический/дедуктивный, пассивный/активный, интроспективный/аналитический/экспериментальный, инструментальный, статистический, сравнительный;
- звуковой механизм речи: специфические системы, обслуживающие звучащую речь (звуковая система языка, речепроизводящий и речевоспринимающий механизмы речи); субстанция звучащей речи и её символичные коды;
- звуковые единицы языка: сегментные и супraseгментные единицы; компонентная природа звуковых единиц; фонетическая характеристика высказывания и акустический сигнал;
- субстанциальная фонетика (описание акустики и восприятия) и функциональная фонетика (фонология); сегментная и просодическая фонетика; общая, частная и типологическая фонетика; синхронная фонетика; статическая и динамическая фонетика; прикладная фонетика;
- основные просодические параметры, их слуховые корреляты.

- методы и средства исследования акустических параметров речи (осциллографический и спектрографический анализ, анализ просодических параметров);

- восприятие речи; методы и средства исследования восприятия; восприятие и интроспекция;

- слог;

- супрасегментная фонетика; основные супрасегментные средства и их функции; супрасегментные фонетические составляющие.

8. Сведения о полноте опубликованных результатов. Основные положения диссертации отражены в 7 публикациях автора.

Научные статьи в изданиях по перечню ВАК РФ:

1. Чжан Ц., Гусева С. И. Антропоцентрический и информационный подходы к анализу рекламного дискурса // Казанская наука. 2017. № 6. С. 47–49. (0,34/0,17 п.л.)

2. Чжан Ц. Особенности восприятия китайской коммерческой радиорекламы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. Т. 5. Вып. 71. С. 170–173. (0,5/0,25 п.л.)

3. Чжан Ц., Караваева В. Г. Темпоральные характеристики китайской коммерческой радиорекламы // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2019. Вып. 5, № 3. С. 248–272. (1,9/0,9 п.л.)

Публикации в других изданиях:

4. Гусева С. И., Чжан Ц. Восприятие китайской коммерческой радиорекламы: вебрально-семантический фильтр // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2016. Вып. 2, № 1. С. 18–32. (1,38/0,7 п.л.)

5. Обучение аудированию на материале текстов радиорекламы / С. И. Гусева, Д. А. Донец, Д. А. Устинова, Ц. Чжан // Обучение иностранному языку студентов высших и средних образовательных учреждений на современном этапе : сб. материалов всероссийской видеоконференции с международным участием. Благовещенск : АмГУ, 2016. С. 57–64. (0,47/0,12 п.л.)

6. Zhang J., Gezalova D., Guseva S. I. The influence of the temporal characteristics of Chinese commercial radio advertising on its perception // Phonetics Without Borders: Proc. of the 3d International Conference / S. V. Androsova (Ed.). Blagoveshchensk : Amur State University Press, 2017. P. 101–105. (0,5 / 0,17 п.л.)

7. Караваева В. Г., Чжан Ц., Андросова С. В. Регистровые значения основного тона китайских слогов в коммерческом и социальном рекламном дискурсе // Научен вектор на Балканите. 2021. Т. 5. № 1 (11). С. 32–36. (Международная база DOAJ) (1,6/0,5 п.л.)

Кафедра иностранных языков Амурского государственного университета считает, что диссертационное исследование Чжан Цзяньвэнь «Перцептивные и акустические характеристики рекламного дискурса: информационный подход к анализу просодии» содержит решение важной исследовательской задачи построения модели варьирования слога в языке

слового строя, полностью соответствует требованиям ВАК РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям, и рекомендуется к защите на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Заключение принято на заседании кафедры иностранных языков филологического факультета Амурского государственного университета.

Присутствовало на заседании 17 чел. Результаты голосования: «за» – 17 чел., «против» – нет, «воздержалось» – нет, протокол № 6, от 28.02.2022 г.

Заведующий кафедрой иностранных языков ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», кандидат филологических наук, доцент

Морозова Ольга Николаевна

Мороз

