

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 999.061.03, созданного на базе Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Министерство науки и высшего образования РФ, Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Министерство науки и высшего образования РФ, Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева», Министерство науки и высшего образования РФ, по диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 12 декабря 2019 г., № 43

О присуждении Сухаревой Ксении Андреевне, гражданке РФ, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Этноним *русский* и его производные в моделях речевого воздействия (на материале современного отечественного рекламного дискурса)» по специальности 10.02.01 – русский язык принята к защите 26 сентября 2019 года (протокол № 32) диссертационным советом Д 999.061.03, созданным на базе ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Министерство науки и высшего образования РФ, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Министерство науки и высшего образования РФ, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева», Министерство науки и высшего образования РФ, 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23, приказ №65/нк от 4 февраля 2016 г.

Соискатель Сухарева Ксения Андреевна, 1991 года рождения, в 2014 году окончила ФГАОУ ВО «Нижегородский государственный университет

им. Н.И. Лобачевского», в 2018 году окончила заочную аспирантуру ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», работает преподавателем кафедры зарубежной лингвистики Института филологии и журналистики ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Министерство науки и высшего образования РФ.

Диссертация выполнена на кафедре современного русского языка и общего языкознания ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Министерство науки и высшего образования РФ.

Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор Радбиль Тимур Беньюминович, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», кафедра теоретической и прикладной лингвистики, заведующий кафедрой.

Официальные оппоненты:

Калинина Людмила Викторовна, доктор филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», кафедра русского языка, культуры речи и методики обучения филологического факультета, профессор;

Макшанцева Наталия Вениаминовна, доктор педагогических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», кафедра преподавания русского языка как родного и иностранного, заведующий кафедрой, – дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина», г. Москва, в своем положительном заключении, подписанном Китаниной Эллой Анатольевной, доктором филологических наук, доцентом, заведующим кафедрой общего и

русского языкознания, указала, что К.А. Сухарева в деталях изучила воздейственный потенциал этнонима *русский*, решила проблемы, связанные с его представлением в рекламном дискурсе. Работа по своей актуальности, научной новизне и практической значимости соответствует требованиям пунктов 9, 10, 11, 13, 14 «Положения о присуждении ученых степеней», а К.А. Сухарева заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Соискатель имеет 8 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации опубликовано 8 работ, из них в рецензируемых научных изданиях опубликовано 3 работы. Научные работы представляют собой статьи, материалы конференций международного уровня, объем – 4,15 п.л., авторский вклад – 100 %. Недостоверных сведений об опубликованных К.А. Сухаревой работах не выявлено. Наиболее значительные научные работы:

1. Сухарева, К.А. Актуализация манипулятивного потенциала этнонима *русский* и соответствующих отэтнонимических дериватов в товарных знаках, рекламных слоганах и текстах / К.А. Сухарева // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. 2016. № 10. Серия: Гуманитарные науки. С. 79–82.

2. Сухарева, К.А. Реализация коммуникативных стратегий и тактик посредством использования автоэтнонима *русский* / К.А. Сухарева // Научный диалог. 2017. № 12. С. 200–211.

3. Сухарева, К.А. Актуализация манипулятивного потенциала этнонима *РУССКИЙ* в российском рекламном дискурсе в аспекте интерпретации рекламного текста / К.А. Сухарева // Когнитивные исследования языка. 2019. № 37. С.854–858.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры русского языка ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет» *Минеевой Зои Ивановны*; доктора филологических наук, профессора, профессора кафедры русского языка и речевой культуры ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова» *Сидоровой Татьяны Александровны*; доктора филологических наук, доцента, ведущего научного сотрудника Отдела корпусной лингвистики и лингвистической поэтики

ФГБУН Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН *Шестаковой Ларисы Леонидовны.*

Авторы отзывов отмечают тщательную продуманность исследования и добросовестность проведенного анализа (Т.А. Сидорова), хорошее знание литературы по теме и умение выстроить концептуальную базу собственного исследования (Л.Л. Шестакова), логичность и убедительность рассуждений диссертанта, который доказывает выдвинутые на защиту положения при описании интересного конкретного материала (З.И. Минеева). Авторы отзывов считают, что К.А. Сухарева заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Вопросы и замечания содержатся в отзывах З.И. Минеевой и Т.А. Сидоровой.

З.И. Минеева задает соискателю два вопроса: 1) как автор определяет значение термина «этноним»; 2) каково общее количество производных единиц, имеющих в материале исследования, и каковы способы их образования. З.И. Минеева отмечает ошибку в использовании словосочетания «частотность употребления» и указывает на неудачное употребление выражения «воздейственный потенциал».

Т.А. Сидорова задает соискателю следующие вопросы: 1) какие стереотипные ситуации стоят за слоганами «Гуляй по-русски», «Искусство жить по-русски»; можно ли дискурсивную стратегию, объективированную в них, считать смешанной – оценочной и ценностно-ориентированной; 2) какие когнитивные механизмы лежат в основе развития оценочных смыслов у прилагательного «русский» в рекламных слоганах: водка «Ласковая. Ржаная. Русское качество на ржанных сухарях», услуги по установке отопления «Русское тепло», авиакомпания «Русское небо», продукты «Русская луна»; 3) какие идеи русской языковой картины мира объективируются в слоганах: «“Русский проект”. Дома лучше»; «“Русский размер”. Возьми на размер побольше» и др.; 4) учитывался ли видеоряд при выявлении смыслов этнонима.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается спецификой осуществленного исследования в области русского языка, их компетентностью в данной отрасли науки, способностью определить научную и практическую ценность работы, а также наличием в ведущей организации исследователей семантики и функционирования языковых единиц, наличием у официальных оппонентов публикаций, соотносимых с проблематикой диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработан комплексный подход к семантическому, коммуникативно-прагматическому и когнитивно-дискурсивному описанию воздейственного потенциала этнонима *русский* и его производных в современном отечественном дискурсе;

предложена классификация коммуникативных и манипулятивных стратегий и тактик, реализуемых автоэтнонимом *русский* в отечественном рекламном дискурсе;

доказано, что анализ особенностей дискурсивного варьирования этнонима *русский* и соответствующих отэтнонимических дериватов в рекламе позволяет описать механизм актуализации воздейственного потенциала автоэтнонимической лексики в российском рекламном дискурсе;

введен в научный оборот новый материал – созданные в период 2010–2019 гг. рекламные имена, слоганы и тексты, которые включают в свой состав этноним *русский* или его производные.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказано, что коммуникативный потенциал этнонима *русский* позволяет реализовывать в российском рекламном дискурсе позиционирующие и оптимизирующие коммуникативные стратегии, направленные на формирование рекламного образа объекта рекламы и оптимизацию речевого воздействия рекламного сообщения;

применительно к проблематике диссертации результативно *использованы* описательно-аналитический метод, включающий приемы

эмпирического наблюдения, обобщения, интерпретации и систематизации материала, метод контекстуального анализа, метод сплошной выборки, а также приемы лингвостилистического, концептуального и фреймового анализа;

изложены основные точки зрения на проблему функционирования этнонимов; на основе обобщения лингвистических концепций в области этнонимии этноним *русский* рассматривается в качестве репрезентанта категории этничности и этнических стереотипов русского этноса; впервые описаны дискурсивно-когнитивные особенности функционирования данной лексической единицы в рекламном дискурсе для выполнения прагматических задач рекламного сообщения и осуществления речевого воздействия;

раскрыт характер речевого воздействия этнонима *русский* в российском рекламном дискурсе, что позволило описать манипулятивную субстратегию этнической самоидентификации реципиента и выделить потребительские мотивы, выступающие в качестве стимула для приобретения объекта рекламы на посткоммуникативном этапе;

изучены основные функции этнонима *русский* как источника концептуальной информации в отечественном рекламном дискурсе: информирование, формирование рекламного образа и реализация речевого воздействия на реципиента рекламного сообщения;

проведена модернизация существующих подходов к изучению функционирования этнонимов как средств речевого воздействия в современной русистике.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены идеи и подходы, которые могут быть использованы в научных исследованиях по актуальным проблемам современной русистики, этнонимии, лингвопрагматики;

определены возможности и перспективы для дальнейшего изучения автоэтнонима *русский* в дискурсах активного воздействия;

создана модель комплексного описания функции онимов в речевых стратегиях и тактиках речевого воздействия в современном отечественном рекламном дискурсе на примере этнонима *русский*;

представлены материалы, которые могут быть использованы в вузовской практике преподавания дисциплин лингвопрагматического и лингвокультурологического циклов, в оптимизирующей экспертизе рекламных текстов, а также в судебной и внесудебной экспертной деятельности лингвистов по делам о ненадлежащей рекламе и экстремизме.

Оценка достоверности результатов диссертационного исследования выявила:

теория, представленная в работе, *развивает* основные положения исследований в области теории речевого воздействия и манипулирования А.Н. Баранова, О.Н. Быковой, М.Р. Желтухиной, О.С. Иссерс, С.Г. Кара-Мурзы, Н.А. Купниной, А.А. Леонтьева, Л.М. Месропян, П.Б. Паршина, Ю.К. Пироговой;

идея базируется на обобщении опыта исследований, посвященных изучению теории дискурса, рекламного дискурса и текста Н.Д. Арутюновой, А.В. Голоднова, В.И. Карасика, Т.Н. Колокольцевой, Л.А. Кочетовой, Е.П. Лебхерц, М.Л. Макарова, А.В. Олянича, Е. С. Поповой, Т.А. Спирчаговой, В.Е. Чернявской, А.В. Прохорова;

использованы достижения исследований в области этнонимии, этничности и этнических стереотипов В.А. Никонова, А.П. Садохина, Т.А. Сироткиной, Т.Г. Стефаненко, А.В. Суперанской, В.Н. Шапошникова и др.;

установлено, что выводы диссертационной работы согласуются с содержанием исследования и основными положениями опубликованных работ;

использован комплексный, лингвокогнитивный и коммуникативно-дискурсивный подход к изучению функционирования этнонима *русский* как средства речевого воздействия, позволяющий детально проанализировать

различные аспекты данного процесса, выделить его специфические характеристики.

Личный вклад соискателя состоит в сборе, систематизации, осмыслении и введении в научный оборот материалов, отражающих проблематику, актуальную для современной русистики, в формировании методологической базы, научной концепции и структуры исследования; в апробации результатов исследования на научных конференциях, в подготовке научных публикаций.

На заседании 12 декабря 2019 г. диссертационный совет принял решение присудить Сухаревой К.А. ученую степень кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 17 человек, из них 7 докторов наук по специальности 10.02.01 – русский язык, участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 17, против – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Председатель

диссертационного совета

Рацибурская Лариса Викторовна

Ученый секретарь

диссертационного совета

Юхнова Ирина Сергеевна

12 декабря 2019 года

