

ВІДГУК

**офіційного опонента на дисертацію Шугаєва А. В.
«Імідж ООН у сучасному англomовному медіа-дискурсі:
когнітивно-прагматичний аспект», подану на здобуття
наукового ступеня кандидата філологічних наук
зі спеціальності 10.02.04 – германські мови (ХНУ, 2018)**

Дисертація А.В. Шугаєва присвячена когнітивно-прагматичному дослідженню лінгвальних засобів формування іміджу ООН у сучасному англomовному медіа-дискурсі.

Іміджологія – нова галузь знань, яка за останні роки пройшла шлях від популістських керівництв із створення персонального іміджу до глибокого теоретичного осягнення в психології, політичній та економічній рекламі і PR і навіть стала самостійною навчальною дисципліною в межах спеціальності «Журналістика та інформація». Імідж-фактор – важлива ознака сучасного світу, досліджувана в соціальних науках (Д. Бурстін та ін.), психології (починаючи з З. Фрейда), однак лінгвістичне осягнення невід’ємної вербальної складової іміджу, відоме в Україні за працями Г.Г. Почепцова та ін., лише починається. Тим більш цінним є звернення до вербального іміджу всесвітньої організації в рецензованій роботі.

Метою аналізу є схарактеризувати когнітивно-прагматичні властивості стратегій і тактик формування іміджу міжнародної організації ООН та виявити їх лінгвальні засоби у сучасному англomовному медіа-дискурсі.

Об’єктом дослідження обрано фрагменти сучасного англomовного медіа-дискурсу, в яких вербалізовано імідж ООН, а його предмет становлять когнітивно-прагматичні властивості стратегій і тактик формування іміджу ООН, лінгвальні засоби їх утілення у сучасному англomовному медіа-дискурсі.

Важливість та актуальність дослідження А.В. Шугаєва зумовлені об’єктом, предметом та обраним інтегрованим когнітивно-прагматичним

вектором їх аналізу – новітнім підходом у межах функціональної мовознавчої парадигми. Актуальність роботи підсилюється важливістю іміджу ООН у сучасному світі та фокусом на проблемах політичної і медіа-лінгвістики, що наближає науку до вирішення важливих когнітивно-комунікативних проблем політичного спілкування в цілому.

Методологічно дослідження спирається на сучасний доробок функціонального підходу і комплексно використовує набутки когнітивної прагмалінгвістики і дискурсології для вивчення стратегій і тактик формування іміджу ООН в ЗМІ засобами англійської мови. Достатній матеріал дослідження (1235 фрагментів, що містять реалізацію аналізованих стратегій і тактик з офіційних сайтів ООН, Сі-Ен-Ен, Нью-Йорк Таймс та їхніх текстових корпусів, датованих 2014-2017 рр.), та використання адекватних методів аналізу визначають високий ступінь обґрунтованості наукових положень і висновків, зроблених у роботі, забезпечують надійність та достовірність одержаних результатів.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в тому, що вперше на основі когнітивно-прагматичного підходу у ньому виопрацьовано поняття іміджу ООН; схарактеризовано мовні засоби його формування в сучасному англomовному медіа-дискурсі; надано таксономію дискурсивних стратегій і тактик формування іміджу ООН у сучасному англomовному медіа-дискурсі; виокремлено дискурсивні маркери, які у складі стратегій і тактик впливають на створення цього іміджу ООН у сучасному англomовному дискурсі ЗМІ.

Теоретичне значення дисертації визначається її внеском у розвиток лінгвоіміджології, когнітивної лінгвопрагматики, дискурсології, політичної та медіа-лінгвістики.

Суттєва практична значущість отриманих результатів і висновків впливає з можливості їх використання у курсах лексикології англійської мови (розділ “Стильова диференціація лексики та фразеології”), стилістики (“Стилістика тексту”), теоретичної граматики англійської мови (“Семантика і

прагматика речення”), у курсах з PR, лінгвопрагматики та дискурсології, у подальших наукових розвідках магістрантів і аспірантів.

Оформлення роботи й логічність подання матеріалу заслуговують позитивної оцінки. Дисертація містить чимало таблиць, які унаочнюють основні положення проведеного автором дослідження. Робота має логічну структуру і складається із вступу, чотирьох розділів із висновками, загальних висновків, бібліографії (293 найменування), списку джерел ілюстративного матеріалу і додатків.

Перший розділ **«Теоретичні засади дослідження іміджу ООН у медіа-дискурсі»** містить глибокий критичний огляд і систематизацію підходів до трактування поняття «імідж» як міждисциплінарного феномену. Автор визначає поняття іміджу ООН як когнітивно-прагматичного конструкту, що охоплює три площини: концептуальну, прагматичну і лінгвальну (вербальну). Слід високо оцінити доказовість такої трактовки площин іміджу ООН, що засвідчує самостійність та оригінальність роботи. А.В. Шугаєв доводить, що концептуальну площину структуровано низкою концептів, які є підґрунтям формування іміджу ООН; прагматичну площину – дискурсивними стратегіями і тактиками його реалізації, а вербальну репрезентовано низкою лінгвальних засобів утворення іміджу ООН, зокрема, лексемами – дискурсивними маркерами.

У другому розділі **«Методологічне підґрунтя формування іміджу ООН у медіа-дискурсі»** окреслено методологію і методи дослідження формування іміджу міжнародної організації ООН у сучасному англomовному медіа-дискурсі. Розроблено процедуру дослідження із трьох етапів. Слід відмітити доказовість і логічність аналітичних процедур, що беруть до уваги лінгвальне створення іміджу ООН у двох вимірах – когнітивному і прагматичному.

У третьому розділі **«Дискурсивні стратегії і тактики формування іміджу ООН»** виявлено дискурсивні стратегії і тактики конструювання іміджу ООН та вербальні засоби їх реалізації, які створюють ефект переконування,

логічного доведення, емоційного зарядження та підсвідомого навіювання з метою побудови іміджу міжнародної організації ООН.

Четвертий розділ «**Дискурсивні маркери у формуванні іміджу ООН в сучасному англомовному медіа-дискурсі**» містить відомості про інвентар і функції, когнітивне навантаження та іміджоформувальні властивості дискурсивних маркерів та їхню частотність у досліджуваному дискурсі.

Загальні висновки логічно завершують роботу, водночас підводять підсумки дослідження і накреслюють подальші напрями розвідок.

Отже загалом мета дослідження повністю досягнута, а усі його основні положення висвітлено у 13-ти публікаціях автора, з яких 6 одноосібних статей опубліковано у фахових виданнях України, 2 статі – у закордонних періодичних виданнях, та 5 є тезами доповідей на наукових конференціях. Автореферат дисертації повністю відображає її основні результати й висновки.

Разом з тим, деякі положення дисертації А.В. Шугаєва носять дискусійний характер або потребують уточнень:

1. За якими критеріями встановлено таксономію стратегій і тактик формування іміджу ООН? Як виокремлені автором дискурсотвірні концепти БЕЗПЕКА, ТЕРОРИЗМ тощо пов'язані із стратегіями іміджоформування у дискурсі ЗМІ? Також постають окремі питання:

- чому *маніпулювання* віднесено до тактик диктальної стратегії, а *сугестію* визнано окремою стратегією (с. 100, 123)? Вочевидь, сугестія (навіювання) позбавлена провідної ознаки стратегії – власної мети спілкування і скоріше є способом реалізації певних інтенцій адресанта, тобто тактикою досягнення конкретної мети;

- чи виправдано тактику екземпліфікації зводити до подання лише критичної і негативно оцінної інформації (с.92)?

2. Попри логічне трактування дискурсивних маркерів у цілому, важко погодитись з висновками про те, що «дискурсивні маркери англомовного медіа-дискурсу *концептуалізують реальність* у сфері міжнародних відносин і *дають*

цілісне уявлення про імідж ООН» або разом із стратегіями й тактиками «є когнітивно-прагматичними основами побудови іміджу ООН у сучасному англomовному медіа-дискурсі» (с.15-16). Судячи з відомих дефініцій, маркери не здатні слугувати інформаційною основою: за Д. Шиффрін, вони є синтагматично несамостійними, залежними елементами, що поєднують одиниці мовлення катафорично або анафорично і забезпечують контекстуальну зв'язаність перебігу мовлення [Schiffrin D. Discourse markers, 1987. P.40-41], що визнає і сам автор на с. 40.

Дотично виникають питання: по-перше, чи справді темпоральні маркери (*already, still, yet* тощо) здатні вербалізувати «оцінку адресантом оточуючого світу» (с.163)? По-друге, інференційні маркери (*so, consequently*), як слушно вказує автор, відображають причинно-наслідкові зв'язки, тож незрозуміло, чому у прикладі на с. 170 вони «активують концепт РОЗВИТОК», адже скоріше це концепти ПРИЧИНА або НАСЛІДОК.

3. Стилiстично невдалими видаються окремі звороти, вжиті у дисертації:

- у третьому розділі замість номінації діяльності ООН автор неодноразово вживає прикметники «діяльнісний вектор ООН», «діялісна ефективність ООН» «діялісні мотиви ООН», які викликають непорозуміння, будучи омонімами відомого терміна – *діялісного підходу* в лінгвістиці;
 - на с.82 замість визнаного терміна «перформативні дієслова» автор називає *хвалити (praise), засуджувати (condemn), критикувати (criticize)* «інваріантними представниками іллокутивної цілі мовленнєвих актів оцінки».
- Принагідно хотілося б дізнатись, чому в роботі вживано три різні написання одного терміну: «іміджеологія / іміджологія /іміджелогія» (с.20, 21 і далі).

4. У роботі наявні окремі недоліки оформлення. Зокрема, наукову новизну роботи зазвичай описують дієсловами з семами результативності, натомість у дисертації (с.14) та авторефераті (с.3) знаходимо семи процесуальності: «досліджено / проаналізовано маркери» замість «схарактеризовано/встановлено» і т. ін.; помічене небажане часткове перефразування відповідних параграфів вступу

в дисертації та авторефераті; прикметник «оцінний» нерідко зрусіфіковано («оціночний» – с. 22, 31, 41, 47, 61, 81, 82, 87, 92, 95, 105, 121 та ін.).

Наведені зауваження не знижують загальної позитивної оцінки роботи. Вважаю, що дисертація «Імідж ООН у сучасному англomовному медіа-дискурсі: когнітивно-прагматичний аспект», є завершеним дослідженням, що має суттєве значення для подальшого розвитку германістики і когнітивної прагмалінгвістики. Робота виконана самостійно, її текст не містить плагіату і відповідає вимогам академічної доброчесності. Дисертація повністю відповідає вимогам «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженому постановою КМУ № 567 від 24.07.2013 зі змінами згідно з Постановами КМУ № 656 від 19.08.2015 та № 1159 від 30.12.2015, а її автор, Андрій Володимирович Шугаєв, заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата філологічних наук із спеціальності 10.02.04 – германські мови.

Офіційний опонент, доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри ділової іноземної мови та перекладу
Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна

 І.С. Шевченко

Підпис докт. філол. наук, проф. І.С. Шевченко засвідчую.

Учений секретар Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Н.А. Вінникова



Вісник отримано

21.11.2018

*Учений секретар
завідувач кафедри
філології А.О.
Вінникова*

