

## ОТЗЫВ

официального оппонента, доктора филологических наук, доцента  
Уховой Ларисы Владимировны  
о диссертационной работе Шевченко Надежды Леонидовны  
«Аксиологические характеристики медийного диалога в предметной  
области *музыкальная критика*»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук  
по специальности 10.02.19 – Теория языка

Диссертация Н.Л. Шевченко подготовлена в русле дискурсивного направления и посвящена **актуальной** для современного языкознания теме – аксиологическим характеристикам медийного диалога как основы предметной области «музыкальная критика». В эпоху консьюмеризма, когда товаром становятся практически все объекты действительности, в том числе и в различных сферах социальной жизни, непреходящее значение приобретает поиск наиболее эффективных средств воздействия на потребителя и удержания последнего в сфере воздействия коммуникатора, где не последнюю роль играет грамотно выстроенный медийный диалог, обеспечивающий изданию коммерческий / репутационный успех и, как следствие, способствующий продвижению товара / услуги в условиях рыночной конкуренции. Все вышесказанное свидетельствует о крайней **актуальности** реферируемого исследования. Кроме того, **актуальность** исследования определяется тем фактом, что музыкальный дискурс как комплексное явление междисциплинарного характера только в начале XXI века стал объектом специальных разысканий лингвистов и дискурсологов.

Диссертант ставит **целью** в ходе анализа аксиологических характеристик медийного диалога в предметной области *музыкальная критика* установить речевые стратегии и тактики авторов-критиков в организации коммуникативного контакта с адресатом / потребителем медийного продукта. За столь лапидарно сформулированным целеполаганием стоит многоступенчатый процесс по определению особенностей музыкального журнала как жанра музыкального медиадискурса и статуса дискурсивной личности музыкального критика, а также принципов создания коммуникативно эффективного / продвигающего текста, которые в другой парадигме выступают этапами алгоритма оценки музыкальных продуктов, адресованных конкретной целевой аудитории и – шире – целевой общественности массмедийного издания, что выводит реферируемую диссертацию в разряд крайне востребованных в современной музыкально-критической практике. Следует признать, что со своей стратегической задачей диссертант успешно справился.

Отсутствие **гипотезы** диссертационного сочинения, тем не менее, не мешает определить вектор научного поиска в области выявления как качественной, так и количественной оценки одного из самых востребованных жанров музыкального дискурса, коим является рецензия, способов и средств организации в ней эффективного медийного диалога с читателями, что в практике использования обеспечит привлекательный имидж медиаиздания в целом и даст возможность повысить его коммуникативную эффективность.



**Основные положения, выносимые на защиту**, представляются весьма логичными и взаимосвязанными и позволяют проследить этапы исследовательской деятельности диссертанта по осмыслению современной музыкальной коммуникации и аксиологического медиадискурса как разновидности последней с целью выявления факторов, усиливающих ее функционально-прагматический потенциал. Именно такой акцент на заявленной проблеме дал возможность Н.Л. Шевченко, во-первых, **выявить** дискурсивные стратегии (*информирующую, побудительную, построения диалогических взаимоотношений, визуализации информации, создания рейтинга*), позволяющие изданию осуществлять управление музыкальной коммуникацией; во-вторых, **детерминировать** аксиологические характеристики медийного диалога в предметной области *музыкальная критика*; в-третьих, **доказать**, что особенности современного медиaprостранства накладывают отпечаток на классическое понимание музыкально-критической деятельности, а процессы дигитализации, конвергенции, глобализации и диверсификации в сфере журналистики требуют от авторов, пишущих в современных журналах, развития новых компетенций; в-четвертых, **охарактеризовать** рецензию на музыкальный диск как *продвигающий текст*, который представляет собой коммуникативную единицу, функционирующую в пространстве маркетинговых коммуникаций, служит целям эффективного воздействия на целевую аудиторию и обладает системой релевантных вербальных и невербальных средств его оптимизации; и, наконец, в-пятых, **установить**, что музыкальные критики как представители дискурсивного сообщества профессионалов в коммуникативной цепи (автор – композитор – слушатель) занимают положение *терциарного адресата* и, выстраивая диалог с читателем, используют определенные речевые **стратегии** (*информирования, выражения положительной и негативной оценки*) и **тактики** (*презентации объекта, самопрезентации, погружения в текст, диалога с читателем*).

В работе ставится целый **ряд задач**, наиболее важными из которых нам представляются следующие: проанализировать основные теоретические аспекты изучения музыкального дискурса как междисциплинарного и лингвистического феномена с целью обоснования основных понятий и методологии исследования; рассмотреть особенность взаимодействия музыкального и медийного дискурсов; выявить специфику языковых средств репрезентации адресанта и адресата в музыкальном журнале; выявить используемые музыкальным критиком речевые стратегии и тактики; определить аксиологические характеристики жанра рецензии на музыкальный диск.

**Актуальность и научная новизна** исследования связаны, в том числе, и с современными процессами развития интернет-коммуникации, в частности цифровых коммуникативных практик. Глобализационные процессы влияют на развитие массовой коммуникации, делая ее более открытой, меняются способы и средства коммуникативных контактов с массовым адресатом, что влечет за собой необходимость выявления закономерностей и направленности воздействия медиатекстов с целью организации эффективной коммуникации с потребителем информации, где первоочередным становится грамотное построение диалога с читателем, умение вовлечь последнего в музыкальную коммуникацию, тем самым



обеспечив стабильное внимание целевой аудитории / общественности и качественную обратную связь.

Исследования такого рода важно проводить на обширном эмпирическом материале, что, несомненно, наблюдается в работе Н.Л. Шевченко: собран и проанализирован внушительный корпус текстов рецензий на музыкальные диски, опубликованных в номерах журнала *BBC Music Magazine*: июль 2015, декабрь 2015, март 2016, февраль 2016, май 2017, декабрь 2017, октябрь 2018, ноябрь 2018, из которого было отобрано 150 рецензий, имеющих разную маркировку по звездной оценочной шкале, предлагаемой изданием, что само по себе уже представляет научную ценность, а кроме того, **обеспечивает достоверность** полученных результатов. Чрезвычайно важным, на наш взгляд, является тот факт, что исследование охватывает большой временной отрезок (2015–2018 гг.), что свидетельствует и о добросовестности автора, и об **обоснованности** полученных результатов. Кроме того, **достоверность** и **обоснованность** выводов, полученных в результате выполненной работы, подтверждается использованием самых современных методов обработки информации и статистического анализа, а также иллюстративным **Приложением**.

**Практическая применимость** результатов диссертации связана с возможностью их использования как в практике преподавания, например, в учебных вузовских курсах по социолингвистике, прагмалингвистике, теории коммуникации, иностранному языку для профессиональных целей, в спецкурсах по лингвистике текста и дискурсивному анализу, так и в реальной профессиональной музыкально-критической практике.

Наиболее важные положения и выводы, определяющие **новизну** и **теоретическую значимость** работы Н.Л. Шевченко, на наш взгляд, следующие.

Исследование имеет хорошую теоретическую базу, поскольку критически осмыслен и обработан обширнейший научный и научно-методический материал (289 наименований, в том числе 39 (!) на иностранных языках). Правда, у рецензента вызвало удивление отсутствие в библиографическом списке работ самого автора. В ходе реферативного исследования диссертант продемонстрировал широкий кругозор и глубину анализа сложных неоднозначных феноменов. Н.Л. Шевченко свободно справляется с обилием реферируемых источников, смело расставляет смысловые акценты, умело отделяет главное от второстепенного, грамотно позиционирует собственную точку зрения на непростые вопросы. «Голос» молодого исследователя звучит твердо и уверенно, что лишний раз подчеркивает его компетентность в исследуемой проблеме.

Диссертация представляет собой умелую попытку сочетания современных исследовательских методов с традиционными научными подходами в этой области. В разработанную автором классификационную модель тактико-стратегического коммуникативного поведения терциарного адресата последовательно введена и успешно реализована идея качественно-количественного анализа жанрообразующих (формальных) и жанроопределяющих (содержательных) параметров ведущего оценочного медиажанра, что позволило диссертанту приблизиться к решению актуальнейшей



проблемы выбора адресантом наиболее релевантного языкового инструментария и наметить качественно новые перспективы в музыкально-критической практике.

В ходе исследования достигнуты важные **научные результаты**: *впервые* предпринимается попытка комплексного анализа музыкального дискурса как лингвистического феномена, функционирующего в рамках медиадискурса в формате жанра *музыкальный журнал*; *впервые* осуществляется попытка лингвистического анализа музыкальной критической рецензии как продвигающего текста; систематизируются специфические вербальные и невербальные оценочные средства исследуемого жанра; устанавливается корреляция между использованием различных семиотических элементов в медиатексте рецензии и его принадлежности к рейтинговой культуре в предметной области *музыка*.

Результаты проведенного диссертантом исследования вносят вклад в разработку актуальной в современной лингвистике проблемы моделирования важнейших ценностных кодов культуры с точки зрения их содержательных компонентов и воздействующего потенциала, а также дают основание утверждать, что в процессе функционирования музыкального дискурса в медиaprостранстве и его взаимодействия с медиадискурсом он приобретает черты институциональности, полидискурсивности, а также медийности, массовости, открытости и мультимодальности.

Оценивая диссертационное исследование Н.Л. Шевченко, отметим, что оно выполнено на хорошем научном уровне, тщательно, с применением современных методов и приемов и вносит как теоретический, так и, что важнее, практический вклад в проблему исследования аксиологического медиадискурса.

Вместе с тем следует высказать несколько замечаний и вопросов.

1. На взгляд рецензента, во введении КД не вполне корректно сформулирован объект исследования. Тексты рецензий на музыкальные диски декларируются в работе и в качестве объекта, и в качестве материала исследования, что, очевидно, не одно и то же.

2. При всей подкупающей скрупулезности автора в трактовке вводимых в текст КД терминов и понятий, два, тем не менее, остались без всякого комментария – «рейтинговая культура» (с. 23, 39, 137 КД) и «риторика дискурсов» (с. 68 КД). Как детерминируются эти понятия? – **I глава КД**.

3. Остался до конца непонятным статус исследуемого издания. Поскольку есть рубрика «Реклама», можно предположить, что это массовое издание. Если же в журнале наблюдается обилие рекламных материалов, то, возможно, журнал имеет статус рекламно-информационного издания. Однако на с. 32 КД диссертант характеризует музыкальный журнал «как **корпоративное** печатное издание музыкальной тематики, объединяющее новостные, комментирующие, рекламные тексты и тексты статей». Но в таком случае магистральной задачей адресанта является формирование и/или приращение публичитного капитала компании, и в заданной парадигме многие конструкты приобретают несколько иное значение: становится очевидным отсутствие стратегии разоблачения (с. 51 КД); тактики презентации и самопрезентации трансформируются в тактики позиционирования и самопозиционирования (с. 52 КД); колонка главного редактора (с. 23 КД) принимает черты байлайнера с характерными для этого PR-жанра, имеющего



фатическую функцию, приемами диалогизации и интимизации; «сарафанное радио» как инструмент формирования потребительского поведения (с. 70 КД) преобразуется в «сарафанный маркетинг», механизмы которого не только формируют потребительское поведение, но и управляют им; а ведущий музыкальный критик привлекается в качестве не столько специалиста, сколько лидера общественного мнения (ЛОМ), складывая своей репутационный капитал в общую «копилку» нематериальных активов базисного субъекта (II глава КД).

4. На наш взгляд, и специфика языкового оформления рецензий (а смеем предположить, что не только рецензий, но и всех материалов) связана с жанровой направленностью издания в целом, поскольку черты продвигающего текста (общая тональность, оптимизированные конструкции) в таком случае будут жанроопределяющими признаками медийной информации. Информация в продвигающем тексте призвана вызвать у целевой общественности доверие к социальному субъекту и его деятельности, сформировать долгосрочные взаимоотношения, создать позитивный имидж базисного субъекта за счет сведений о его деятельности, которые не будут деструктивно воздействовать на оптимальную коммуникационную среду или публичный (имиджевый, репутационный) капитал, а потому стремление воздействовать на адресата скрывается за тщательно создаваемой **иллюзией объективности**. В связи с этим отрицательные рецензии если и присутствуют, то составляют незначительный процент от общего объема критических статей, категоричность оценок в них вуалируется, ретушируется, а положительные стороны, напротив, приобретают отчетливость, выпуклость, эмоционально-образный заряд за счет использования различного рода (эмотивных, лексических, синтаксических) интенсификаторов. Все эти аттракторы и составляют суть оптимизированной информации. И с этой точки зрения, тщательные и тонкие наблюдения диссертанта приобретают особую ценность (III глава КД).

5. В качестве формального замечания отметим, что в работе отсутствует указание на соответствие Паспорту научной специальности 10.02.19 – Теория языка.

Однако высказанные вопросы и замечания являются по большей части дискуссионными и ни в коей мере не снижают общей высокой оценки рецензируемой работы, а только определяют векторы дальнейшей научно-исследовательской рефлексии. Оценивая же диссертацию Н.Л. Шевченко в целом, отметим, что это **междисциплинарное** исследование характеризуется актуальностью, научной новизной, тщательностью проработки эмпирического материала, теоретической значимостью, практической и методологической ценностью и, безусловно, вносит вклад в изучение аксиологического медиадискурса.

Диссертационное исследование Н.Л. Шевченко получило хорошую апробацию в форме научных докладов и 12 публикациях общим объемом 4 п.л., (из них 0,3 п.л. размещены в издании, входящем в базу *Web of Science* и 1,5 п.л. в изданиях, рекомендованных ВАК). Автореферат и опубликованные работы полностью отражают основное содержание диссертации.

Диссертационное исследование **«Аксиологические характеристики медийного диалога в предметной области музыкальная критика»** полностью

соответствует п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» от 24 сентября 2013 г. № 842, а ее автор – **Надежда Леонидовна Шевченко** – заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

Доктор филологических наук по специальности 10.02.19

Л.В. Ухова

*Л. Ухова*

Доцент кафедры теории коммуникации и рекламы

ФГБОУ ВО «Ярославский государственный

педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

**КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ: УХОВА ЛАРИСА ВЛАДИМИРОВНА**

Доктор филологических наук (диплом доктора наук ДДН № 025238 от 18.11.13)

Доцент кафедры (аттестат доцента ДЦ №015672 от 19.03.08)

Место работы: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

Адрес официального сайта ВУЗа: <http://yspu.org>

Адрес официальной страницы на сайте ВУЗа:

[http://yspu.org/Ухова\\_Лариса\\_Владимировна](http://yspu.org/Ухова_Лариса_Владимировна)

Адрес: 50000, Россия, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108/1.

Тел. места работы: +7 (4852) 30-56-61

E-mail: [larissauchowa@mail.ru](mailto:larissauchowa@mail.ru)

Подпись Л.В. Уховой заверяю.

Начальник управления по кадровому  
и организационному обеспечению  
ЯГПУ им. К.Д. Ушинского



*Л.В. Коняева*

05.11.2019 г.