

## ОТЗЫВ

об автореферате диссертации **Каревой Анастасии Александровны** на тему **«Особенности вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств»** (Москва, 2021), представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка

Изучение функции речевого воздействия как доминантной функции современного рекламного дискурса представляет собой **актуальную исследовательскую задачу** в силу того, что рекламные тексты обладают огромным воздействующим потенциалом и способны оказывать сильнейшее воздействие на мнения и взгляды целевой аудитории. При этом функция речевого воздействия реализуется через определенным образом выстроенную иерархию языковых средств всех уровней, поэтому ее анализ требует разработки особых подходов и зачастую невозможен с применением только традиционных инструментов текстового анализа.

В работе А.А. Каревой собственно текстовый анализ (который выполняется с опорой на известную модель оптимизации речевого воздействия А.А. Леонтьева) дополняется и уточняется экспериментальным исследованием с применением психолингвистических методик шкалирования и ключевых слов. Как представляется, такая логика организации и проведения исследования позволяет получить **достоверные и верифицированные результаты**.

С учетом этого соискатель обосновывает **научную новизну** исследования, которая, как отмечается на стр. 4-5 автореферата, «заключается в том, что на материале рекламных текстов косметических средств анализируется степень эффективности некоторых вербальных инструментов речевого воздействия, а также систематизируются средства вербальной репрезентации функции речевого воздействия. Впервые осуществляется моделирование речевого воздействия, которое реализуется через рекламные тексты косметических средств. В основе исследования лежит схема оптимизации речевого воздействия А.А. Леонтьева [Леонтьев 2003: 102; Леонтьев 2004: 90], адаптированная для анализа рекламных текстов косметических продуктов».

**Теоретическая значимость и практическая ценность** исследования обоснованы в тексте автореферата и сомнений и возражений не вызывают.

Очевидной сильной стороной диссертационного исследования является то, что А.А. Карева разрабатывает дизайн экспериментального исследования, проводит его с внушительной выборкой испытуемых (95 человек) и последовательно и осторожно обрабатывает полученные результаты. Тренды,



которые были выявлены в результате анализа экспериментальных данных, основаны на детальной интерпретации данных и статистическом анализе. В этом несомненно состоит **личный вклад** соискателя.

Весьма впечатляет список публикаций автора диссертационного сочинения, включающий 11 статей в российских научных журналах разного уровня. Кроме того, судя по автореферату, результаты исследования были представлены на различных научных мероприятиях.

Поскольку автореферат представляет собой довольно компактное изложение проведенного исследования, в котором невозможно в полной мере отразить все этапы работы, нам бы хотелось уточнить у соискателя следующие моменты:

1) Судя по тексту автореферата, в эксперименте было задействовано 32 мужчины и 63 женщины (см. стр. 22). При этом А.А. Карева в ходе обработки экспериментальных данных делает некоторые наблюдения, в которых описываются и гендерные особенности восприятия рекламных текстов косметических средств. Не требуется ли для этого более сбалансированная выборка?

2) Поскольку эксперимент описан в автореферате довольно компактно, хотелось бы уточнить у автора, почему в нем было задействовано только три экспериментальных текста (является ли такое количество текстов достаточным для экстраполяции сформулированных выводов на другие подобные тексты) и почему была задействована только молодежная аудитория (вероятно, проведение эксперимента с разными возрастными группами позволило бы получить интересные результаты, связанные с особенностями восприятия рекламных текстов косметических средств представителями разных возрастных сегментов)?

Хотелось бы, однако, отметить, что сформулированные в отзыве вопросы связаны с компактностью изложения материала в автореферате и носят исключительно уточняющий характер.

В целом, автореферат написан хорошим научным языком и отражает все заявленные этапы исследования. Исследование представляется интересным и содержательным, а опора на теорию речевого воздействия, разрабатываемую в отечественной психолингвистике, и психолингвистический инструментарий является несомненно перспективной.

Содержание автореферата позволяет заключить, что диссертация Каревой Анастасии Александровны «Особенности вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств» представляет собой самостоятельное, актуальное лингвистическое исследование, значимое как в теоретическом, так и в практическом плане,



полностью соответствует паспорту научной специальности 10.02.19 – Теория языка и критериям пп. 9-14 действующего Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» от 24 сентября 2013 г. № 842 (в новой редакции от 01 октября 2018 г.), предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Карева Анастасия Александровна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

**Кошкина Елена Геннадьевна**

Кандидат филологических наук (Специальность 10.02.04 – Германские языки), старший преподаватель Школы иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Почтовый адрес организации: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Контактная информация:

Тел.: +79775983897

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

16.04.2021

Подпись завед



16. 04. 2021

Специалист

Исхакова Л.К.

*Ms*



## ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Каревой Анастасии Александровны на тему «Особенности вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств» (Москва, 2021), представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка

В рецензируемом автореферате диссертационного исследования представлены результаты анализа особенностей вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств. Диссертационное исследование выполнено в русле актуального в современной лингвистической науке психолингвистического направления.

**Актуальность** представленной к защите диссертации определяется вполне очевидными факторами, что в полной мере отражено в тексте автореферата: во-первых, широким интересом к изучению механизма речевого воздействия, но недостаточной изученностью специфики вербальной репрезентации речевого воздействия на уровне текста; во-вторых, комплексным характером речевого воздействия, которое оказывается через рекламный текст, и сложностью выявления системы вербальных репрезентантов речевого воздействия на уровне текста; в-третьих, необходимостью разработки качественно-количественных экспериментальных методик исследования характера и интенсивности речевого воздействия.

Как указано в автореферате, **предмет** исследования составляет совокупность языковых средств разных уровней, используемых для реализации функции речевого воздействия в рекламном тексте косметических продуктов.

**Цель исследования** состоит, как указывается на стр. 5 автореферата, в изучении специфики вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических продуктов (на примере русскоязычных и англоязычных рекламных текстов).

Исследование обладает **научной новизной**, которая связана с тем, что на материале рекламных текстов косметических средств анализируется степень эффективности некоторых вербальных инструментов речевого воздействия, а также систематизируются средства вербальной репрезентации функции речевого воздействия. Впервые осуществляется моделирование речевого воздействия, которое реализуется через рекламные тексты косметических средств. Следует особо отметить, что автор опирается на схему оптимизации речевого воздействия А.А. Леонтьева, которая была адаптирована для анализа рекламных текстов косметических продуктов.

**Личный вклад** диссертанта состоит в определении подхода к анализу исследовательского объекта и выборе соответствующих поставленным целям и задачам методов исследования, последовательном решении поставленных задач на всех этапах исследования, анализе и интерпретации полученных эмпирических данных, формулировании фундированных научных положений



и выводов. На примере поэтапного анализа 600 рекламных текстов на русском и английском языках автор убедительно демонстрирует языковые способы реализации речевого воздействия, оказываемого через рекламные тексты косметических средств.

**Теоретическая значимость и практическая ценность** исследования обоснованы в тексте автореферата, сформулированы четко и последовательно. Важно отметить возможность применения результатов исследования в практике создания подобных рекламных текстов, а также в процессе их межъязыковой адаптации.

**Достоверность** результатов обеспечивается объёмом проанализированного материала (600 рекламных текстов, отобранных приемом сплошной выборки на официальных сайтах производителей косметических продуктов, а также достаточно репрезентативная выборка испытуемых, задействованных в эксперименте).

Автореферат имеет стройную структуру, написан грамотно и отражает все заявленные этапы исследования. Основные положения и результаты исследования прошли необходимую **апробацию**, они достаточно полно отражены в автореферате и в 11 научных публикациях автора.

В ходе прочтения автореферата сложилось впечатление, что диссертационная работа Каревой Анастасии Александровны на тему «Особенности вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств» представляет собой самостоятельное, **фундированное и продуманное лингвистическое исследование**, которое полностью соответствует паспорту научной специальности 10.02.19 – Теория языка и критериям пп. 9-14 действующего Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» от 24 сентября 2013 г. № 842 (в новой редакции от 01 октября 2018 г.), предъявляемым к кандидатским диссертациям. По нашему мнению, соискатель научной степени, Карева Анастасия Александровна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

Волкова Наталия Александровна  
кандидат филол. наук (10.02.19 – Теория языка), доцент  
доцент кафедры английского языка ФГБОУ ВО КГУ им. К.Э. Циолковского  
(248023, Россия, г. Калуга, ул. Степана Разина, д. 26)  
Контактная информация: тел.: +7 906 648 23, e-mail: Volkovana@tksu.ru

13.04.2021



Личную подпись *А.А. Волковой* удостоверяю.  
Специалист по кадрам *С.А. Соловьева*



## ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Каревой Анастасии Александровны на тему «Особенности вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств» (Москва, 2021), представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка

В современной лингвистике многочисленны и разнообразны исследования специфики реализации функции речевого воздействия в текстах разной жанрово-стилевой отнесенности. В последние годы вышло много работ, в которых решаются эти и смежные вопросы (см., например, работы И.А. Стернина (2001); О.С. Иссерс (2009); И.Ю. Хандархаевой (2015); Е.В. Шелестюк (2014); В.Е. Чернявской (2014) и др.). Пожалуй, наиболее интенсивно изучением речевого воздействия занималась и продолжает заниматься психолингвистика в силу своей направленности на моделирование речевой деятельности и механизма речевого воздействия как составляющей вербального взаимодействия (см. в этой связи работы А.А. Леонтьева, Е.Ф. Тарасова и др. известных представителей отечественной психолингвистики).

Учитывая столь значительный интерес к проблемам речевого воздействия, тема исследования А.А. Каревой представляется крайне **актуальной**, поскольку автором решается важная психолингвистическая проблема – выявление и систематизация средств вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламном тексте. Кроме того, в исследовании инструментами психолингвистики выявляются и описываются некоторые приемы речевого воздействия, обладающие наибольшей эффективностью (на материале рекламных текстов косметических средств).

**Научная новизна** исследования состоит в адаптации соискателем схемы оптимизации речевого воздействия А.А. Леонтьева для анализа рекламных текстов косметических средств и в систематизации вербальных репрезентантов речевого воздействия, относящихся к разным путям оптимизации (через введение новых значений в смысловое поле реципиента, через изменение структуры смыслового поля и через изменение характера вхождения психологических значений в деятельность реципиента). Важно отметить и грамотно выстроенную соискателем последовательность исследовательских этапов, включающую этап текстового анализа и экспериментальное исследование, направленное на проверку сделанных ранее наблюдений. Прозрачная исследовательская логика и поэтапно выстроенное исследование позволяют говорить о **достоверности** полученных соискателем результатов и объективности сделанных на основе детального анализа и осторожной интерпретации выводов.

**Теоретическая и практическая значимость** исследования убедительно обоснованы в автореферате диссертации.

Нельзя не отметить **личный вклад** автора исследования, состоящий в планировании и организации всех этапов работы, постановке четких задач и



последовательном их решении, формировании масштабной эмпирической базы исследования (600 рекламных текстов косметических средств на русском и английском языках, отобранных приемом сплошной выборки на сайтах отечественных и зарубежных производителей косметики), разработке и проведении двух этапов эксперимента с масштабной экспериментальной выборкой (порядка 100 испытуемых), тщательном количественном анализе и осторожной интерпретации полученных результатов.

На стр. 9 автореферата содержатся сведения об **апробации** исследования, а на стр. 26-28 представлены выходные данные публикаций, сделанных по материалам исследования (в полном соответствии с требованиями ВАК РФ).

Судя по тексту автореферата, исследование выстроено последовательно, каждый этап описан достаточно подробно, что позволяет судить о масштабности исследования, возможности экстраполировать полученные данные на другие рекламные тексты косметических средств, качестве обработки полученных данных и обоснованности сделанных выводов. Диссертация производит впечатление завершенной, целостной, самостоятельной научной работы, текст написан хорошим языком и отличается прозрачной логикой.

Тем не менее, в автореферате некоторые моменты не представляется возможным прописать детально, поэтому мы хотели бы адресовать соискателю некоторые уточняющие вопросы:

1. В экспериментах, направленных на исследование рекламных текстов, как правило, используется значительное количество шкал (см. в этой связи работы А.Г. Сониной), однако соискатель ограничивается всего тремя шкалами (понятный – непонятный, логичный – нелогичный, привлекательный – непривлекательный – стр. 25). Мы хотели бы попросить соискателя обосновать выбор именно этих шкал.
2. Всегда ли рекламные тексты косметических средств пишутся в жанре рекламной заметки? Или же соискатель при формировании эмпирической базы исследования целенаправленно отбирал тексты именно такого типа?
3. Поскольку описание экспериментов в работе представлено компактно, остались не вполне ясными принципы систематизации ключевых слов, выделенных испытуемыми на первом экспериментальном этапе. Не мог бы соискатель прокомментировать, в какие кластеры были сгруппированы полученные единицы и как они работали на проверку экспериментальной гипотезы?

Несмотря на заданные вопросы, подчеркнем, что автореферат имеет четкую структуру, последовательно отражает все этапы проведения исследования и в целом позволяет увидеть глубину и масштаб проведенного исследования.

По итогам анализа текста автореферата мы можем констатировать, что диссертация Анастасии Александровны Каревой на тему «Особенности вербальной репрезентации речевого воздействия в рекламных текстах косметических средств» представляет собой самостоятельное, актуальное



лингвистическое исследование и полностью соответствует паспорту научной специальности 10.02.19 – Теория языка и критериям пп. 9-14 действующего Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» от 24 сентября 2013 г. № 842 (в новой редакции от 01 октября 2018 г.), предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Анастасия Александровна Карева, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

Бутакова Лариса Олеговна

Доктор филологических наук (Специальность 10.02.19 – Теория языка), профессор, заведующий кафедрой русского языка, славянского и классического языкознания Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Почтовый адрес организации: 644077, Россия, г. Омск, пр. Мира, 55а, 2-й корпус ОмГУ, каб. 216, 218

Контактная информация:

Тел.: +7 (3812) 22-98-20

E-mail: larisabut@rambler.ru

27 апреля 2021

Подпись Бутаковой Л.О. заверяю  Ученый секретарь Ученого совета  
Рогалева О.С.

