

ОТЗЫВ
официального оппонента
доктора филологических наук, доцента
Людмилы Павловны Рыжовой
о диссертации Исаевой Марии Станиславовны
«Самопрезентация корпоративной языковой личности
в деловом дискурсе (на материале финансовых телеконференций)»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.02.19 – теория языка

В фокусе внимания исследователей второй половины XX – начала XXI веков находится изучение форм и способов межличностного взаимодействия людей в различных сферах их жизнедеятельности. Особый интерес представляет изучение делового общения. Диссертация М.С. Исаевой выполнена в русле современных тенденций развития научного знания и посвящена одной из важнейших проблем теории коммуникации и диалогического дискурса, а именно комплексному системно-лингвистическому изучению и описанию коммуникативно-функциональных концепций языковой (дискурсивной) личности, созданию системной классификации способов реализации феномена самопрезентации в деловом общении и выявлению механизмов их влияния на общественное мнение в дискурсе финансовых телеконференций на материале английского языка.

Учитывая разнообразие исследований в области деловой коммуникации, использующих различные теоретические подходы и методы изучения языкового материала, автор справедливо и обоснованно утверждает, что проблематика не только присутствия, но и самопрезентации языковой личности в деловом дискурсе, располагая значительными теоретическими наработками и эмпирией, тем не менее, нуждается прежде всего в теоретическом осмыслении имеющихся концепций с последующей их верификацией на конкретном языковом материале. И М. С. Исаева, на основании тщательного критического анализа научной литературы как отечественных, так и – в значительной мере – зарубежных исследователей по проблемам делового общения, по изучению коммуникативно-функциональной, когнитивно-прагматической, социально-ролевой и лингвокультурологической значимости деятельности субъектов коммуникативного взаимодействия, предлагает работу, своевременность и актуальность которой не вызывают никаких сомнений.

Благодаря использованию интегрированного междисциплинарного подхода данное диссертационное исследование непосредственно вписывается в круг языковедческих проблем, успешно разрабатываемых в последние десятилетия в области антропоцентрической, коммуникативно-деятельностной лингвистики по выявлению закономерностей формирования профессионально ориентированного делового общения и установления роли дискурсивной личности в организации делового взаимодействия, в выявлении особенностей и классификации способов реализации феномена самопрезентации в дискурсе финансовых телеконференций. Таким образом, личный вклад соискателя состоит в разработке, организации и проведении исследования на всех его этапах: в самостоятельном отборе, обработке, анализе и интерпретации материалов исследования, о чем свидетельствует представленный М.С. Исаевой текст диссертации объемом в 324 страницы. Из них 207 страниц занимает текст диссертации, включающей Введение, три главы, заключение, список использованной литературы, охватывающей основные вопросы защищаемой научной проблемы, и на 117 страницах представлено приложение, содержащее транскрипты проанализированных финансовых телеконференций.

Структура и композиция работы М.С. Исаевой полностью соответствуют поставленным во введении цели, задачам и теоретической концепции соискателя. Текст диссертации четко структурирован, соответствуя критерию внутреннего единства структуры и содержания излагаемого материала.

Во Введении дается обоснование актуальности темы данного диссертационного исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, описываются методы анализа, устанавливается соответствие диссертационного исследования научной специальности.

Первая глава «*Самопрезентация в контексте делового общения*» посвящена рассмотрению проблем теоретического плана в области делового общения. М.С. Исаева уточняет понятие «деловой дискурс», «бизнес-дискурс», «институциональный дискурс» и «профессиональный дискурс», даёт критический анализ современных подходов к изучаемой проблематике, представленных в области социальной психологии, лингвистики, культурологии, сводит воедино и обобщает разные точки зрения на его природу и сущность как явления, профессионально и ситуативно обусловленного и отражающего ценностные ориентиры, средства и способы деятельности корпоративной языковой, точнее – дискурсивной, личности в таком жанре публичного делового дискурса как телеконференция, посвященная финансовой деятельности компании, определяет место финансовой телеконференции как особого жанра делового взаимодействия на основе коммуникативно-деятельностных параметров, описывает тексты

финансовых телеконференций с точки зрения их когнитивно-прагматической организации.

Во второй главе *«Теоретические аспекты изучения самопрезентации личности»* М. С. Исаева выявляет сущность феномена «самопрезентация», дав в определенной мере историко-эпистемологический обзор наиболее презентабельных точек зрения относительно появления концепции языковой личности, теоретических подходов, приемов и методов исследования, функций и способов выражения феномена представления и самопредставления личности в процессах прежде всего деловой коммуникации. Интерес к этой проблематике связан, прежде всего, с развитием компьютерных технологий, в корне изменивших возможности, скорости и структуру взаимодействия субъектов финансово-экономических, политических, различного рода производственных деловых отношений: межличностных, групповых, отраслевых, корпоративных и т. п. При этом феномен языковой личности становится центральной проблемой в исследованиях в рамках социальной и клинической психологии, лингвистики, маркетинга, менеджмента и т. д.

Проследив развитие взглядов на формирование научного знания в данной области, М. С. Исаева выделяет базовые категории самопрезентации личности как коммуникативной стратегии по реализации речевого воздействия на партнеров по коммуникации и приходит к выводу, что категория самопрезентации является одним из доминантных факторов в организации и функционировании делового диалогического взаимодействия. Цель стратегии самопрезентации – создание или изменение в сознании партнера(ов) определенного впечатления о себе как представителе компании и формировании или поддержании положительного образа компании через вербальное и/или невербальное повеление дискурсивной личности в каждой конкретной ситуации делового взаимодействия.

Материалы, представленные в первой и второй главах, стали тем методологическим и теоретическим фундаментом, которые концептуально определили ключевые направления и подходы к решению задач, раскрывающих содержание третьей – собственно исследовательской – главы *«Структурно-семантические и прагматические особенности самопрезентации в дискурсе финансовых телеконференций»*.

Важнейшие достоинства этой главы видятся в следующем:

- ставится и реализуется задача семиотического описания финансовой телеконференции как речезыкового явления, так что в последнем охарактеризованными оказываются все основные феноменологические аспекты семиотической триады (по Ч. Моррису);

- финансовая телеконференция впервые описана как отдельный речевой жанр, обладающий когерентными системными признаками, и эти признаки представлены автором достаточно исчерпывающе и непротиворечиво;
- характеризуемый речевой жанр получает в главе ценностную проекцию, так что его устанавливаемые характеристики обретают прочное методологическое обоснование;
- ценностная характеристика жанра представлена в диалектическом виде – автору удалось выявить, описать и соотнести общее и особенное (индивидуальное) в аксиологии и манифестации выступлений представителей различных бизнес-групп; в этом заключается существо и ценность предпринятого описания корпоративной языковой личности – она получает вполне законченную (для данного дискурсивного среза) характеристику;
- собственно лингвистический анализ публичных выступлений выполнен тщательно и с большим вниманием к материалу.

Таким образом, **актуальность** диссертационного сочинения М.С. Исаевой не вызывает сомнений: оно затрагивает крайне важный аспект сегодняшних дискурсивных практик и выполнено с использованием апробированных современных исследовательских методик. Представленное диссертационное исследование является своевременным и характеризуется научной новизной результатов и теоретической значимостью сформулированных выводов.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в том, что впервые:

- выделен и описан дискурс финансовых телеконференций на международном английском языке с целью выявления особенностей реализации феномена самопрезентации дискурсивной личности в деловой коммуникации;
- выявлены ценностные приоритеты корпоративной языковой личности в жанре финансовой телекоммуникации;
- на основе фреймового анализа уточнено понятие самопрезентации как коммуникативной стратегии воздействия корпоративной языковой личности на получателя информации;
- представлена классификация тактик управления речевым воздействием, обусловленных стратегической целью, реализуемых корпоративной языковой личностью в интересах представляемой компании.

Теоретическая значимость полученных результатов исследования состоит:

- в расширении представлений о коммуникативно-функциональном,

контекстуально-дискурсивном и социально-психологическом потенциале делового диалогического дискурса;

- в уточнении понимания жанра финансовой телеконференции на материале английского языка;

- в аргументированном обосновании стратегической цели и ценностных ориентиров корпоративной языковой личности как представителя компании и как субъекта самопрезентации;

- в описании с позиций фреймового подхода и классификации тактик управления вербальным и невербальным воздействием корпоративной языковой личности применительно к изучению феномена самопрезентации;

Таким образом, теоретическая значимость определяется существенным вкладом полученных М.С. Исаевой результатов в развитие теоретических основ когнитивно-дискурсивной и коммуникативно-прагматической интерпретации феномена самопрезентации делового дискурса и открывает перспективы дальнейших исследований в области теории языка.

Практическая ценность полученных автором результатов диссертационного исследования определяется перспективой их применения при разработке теоретических и практических курсов по теории речевого воздействия, в области когнитивно-прагматической и коммуникативно-дискурсивной проблематики делового взаимодействия в различных сферах жизнедеятельности человека, связанных с необходимостью обеспечения бесконфликтного межличностного/группового взаимодействия.

В учебном процессе полученные результаты могут быть использованы для разработки спецкурсов по теории коммуникации и интерпретации диалогического дискурса, по теории воздействия и т.п. с целью развития коммуникативной компетенции будущих преподавателей иностранного языка, менеджеров, маркетологов, социальных работников, специалистов в сфере социальных услуг.

Достоверность полученных в ходе исследования результатов обеспечивается методологической обоснованностью использованных приемов научного исследования, тщательным комплексным анализом значительного корпуса рассматриваемого фактического материала, хорошим знанием теоретической литературы и адекватной теоретической интерпретацией полученных результатов. Сформулированная в работе система взглядов базируется на анализе и обобщении работ ведущих отечественных и зарубежных ученых и характеризуется достаточной цельностью и последовательностью, что в целом адекватно отражено в диссертации и автореферате.

Подводя итоги, следует отметить, что диссертация М.С. Исаевой может быть охарактеризована как оригинальное многоплановое научное исследование

дование. Подчеркнем объем и глубину проделанной аналитической работы, значимость полученных общетеоретических научных результатов, тщательность выполнения исследования и владение современным методологическим инструментарием. В целом, полученные диссертантом выводы не вызывают сомнения.

В то же время, как всякое серьезное исследование, диссертация М.С. Исаевой не свободна от недочетов и некоторых погрешностей, которые, однако, не затрагивая сущностных аспектов диссертационного исследования, требуют уточнения и разъяснения.

1. Прежде всего это касается выводов по главам. В целом они представляют собой скорее краткий пересказ того, что сделано в главе, но не результат того что получено при анализе материала. В выводах по первой главе, например, не показано, какова же роль этого материала в актуализации феномена самопрезентации субъектов делового взаимодействия, что, на мой взгляд, соответствовало бы названию главы. Тем самым, такого рода выводы могли бы стать той референциальной основой для естественного перехода к изучению феномена самопрезентации субъектов делового взаимодействия для второй и третьей глав.

2. В одном из выводов по второй главе указано, что «...рассмотрение феномена личного образа в *собственном* сознании, по нашему мнению, не может считаться частью феномена СмП, во-первых по причинам психологическим – восприятие себя регулируется чисто когнитивными процессами, ... Во-вторых, факторы, лежащие в основе публичной СмП и личной СмП различаются. Многие чисто социальные факторы, влияющие на публичный образ индивида, не играют никакой роли при построении личного образа *в собственных глазах*» (с. 83). На мой взгляд, такое утверждение слишком категорично, и эта категоричность, как мне представляется, объясняется тем, что феномен самопрезентации корпоративной языковой личности синтезируется обобщенно, как данность единого текста телеконференции: все признаки и характеристики выделяются из общего текста без учета индивидуального использования рече-языковых средств участниками разных национальных сообществ. Понятно, что при всей официальности и нейтральности ситуации, при применении английского языка, как бы хорошо им не владел говорящий, он не может не вкладывать в свое сообщение какие-то личностные особенности. Кстати, в третьей главе автором диссертации выделяются чисто личностные тактики реализации стратегической цели.

Оценивая текст диссертационного исследования Марии Станиславовны Исаевой, считаю, что оно выполнено в русле новейших научных тенденций, является интересным по содержанию, цельным и логичным по форме,

самостоятельным в плане решения поставленных задач, имеющих важное теоретическое и практическое значение для теории языка.

Основные положения и результаты диссертации нашли освещение в 9 публикациях, в том числе 3 публикации в изданиях, рекомендованных ВАК, были представлены на научных конференциях разного уровня. Публикации и автореферат адекватно отражают основное содержание диссертации.

Все вышеизложенное дает основание утверждать, что диссертация «Самопрезентация корпоративной языковой личности в деловом дискурсе (на материале финансовых телеконференций)» тематически соответствует паспорту специальности 10.02.19 – теория языка и удовлетворяет требованиям пп. 9, 10, 11, 12, 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842 (редакция от 28.08.2017 г., № 1024), а ее автор, Мария Станиславовна Исаева, **заслуживает** присуждения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры романских языков им. В.Г. Гака
Института иностранных языков
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Московский педагогический государственный университет»

Рыжова Людмила Павловна

Адрес: 119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, строение 1
Телефон: +7 (499) 245-03-10; +7(495) 607-37-22

