

ВІДГУК
офіційного опонента
на дисертацію Кайсіної Дар'ї Михайлівни
на тему «Англомовний дискурс ідеації: стратегії комунікативного впливу
(на матеріалі інтернет-платформи TED)»,
подану на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі
спеціальності 10. 02. 04 – германські мови

Інтелектуальною рушійною силою розвитку людства є розвиток ідей, інноваційних конструкцій, породжених людською думкою, спрямованою як на конструктивні, так і, на жаль, іноді на деструктивні, руйнівні цілі. Як ті, так і інші з часом на щастя або на біду можуть або впроваджуватись у дійсність, або так і залишитись у площині філософських спекуляцій. В середині ХХ ст. соціологи і антропологи почали досліджувати, яким чином ідеї розповсюджуються всередині спільноти від однієї людини до іншої, згодом від однієї культурної спільноти до іншої. Такими процесами зацікавились і філологи, зокрема в лінгвістиці виник новий об'єкт досліджень – дискурс ідеації (від лат. *ideatio* – здатність до формування та сприйняття ідей).

В інтернаціональній англомовній спільноті дискурс ідеації зародився у 80 рр. минулого сторіччя і звідтоді успішно розвивається і набуває світового розголосу передусім завдяки існуванню TED – світової некомерційної спільноти, головною метою якої є розповсюдження ідей. Мета TED знаходить втілення у гаслі «ідеї варті розповсюдження».

Дар'я Кайсіна, авторка рецензованого дослідження, торує новаторський, першопрохідницький шлях у вивченні англомовного дискурсу, вона уводить в наукову лінгвістичну парадигму поняття **дискурс ідеації**, трактуючи його як процес і результат когнітивно-комунікативної взаємодії комунікантів, об'єктом якої є ідея як ментальна структура, втілена вербальними та невербальними засобами комунікації. А зміст такої взаємодії, за твердженням дисертантки, полягає в конструюванні смислів, що визначають прийняття і втілення в соціальну практику певної ідеї, яка допомагає вирішити певну актуальну проблему (див. КД с.33-34).

Авторку передусім цікавить феномен **комунікативного впливу** та механізми його здійснення. Отже, вона висуває гіпотезу, яку в процесі виконання кандидатського дослідження повною мірою підтверджує, що ідеаційний комунікативний вплив ініціюється вербальними і невербальними комунікативними діями ідеатора, спрямованими на інформування / переконування реципієнтів щодо нагальності сформульованої

проблеми і цінності ідеї, висунутої в промові, а також спонукання до втілення ідеї в соціальну практику. При цьому авторка передбачає, що такий вплив орієнтується на різні сфери свідомості реципієнтів – раціональне мислення, емоції, волевиявлення – та на підсвідомість. Успішність такого впливу, за твердженням Д.Кайсіної, визначається респонсивними комунікативними діями (вербальними і невербальними) реципієнтів, залучених у контактну (face-to-face) комунікацію безпосередньо на презентації промови або дистанційно беручи участь у неконтактній комунікації передивляючись відеозапис промови.

Серед усього різноманіття вітчизняних і зарубіжних дискурсологічних досліджень наразі бракувало відповідного напрямку, і розвідка молодшої представниці харківської школи дискурсології, по-перше, виявила певну лакуну у науковій картині світу, а по-друге, почала її успішно заповнювати.

Із усього вище зазначеного випливає новаторський характер, своєчасність і важливість наукової роботи Д.Кайсіної. Отже, **актуальність і наукова валідність** рецензованої дисертації є безсумнівними.

Наукову новизну і теоретичну значущість дисертаційної праці Д.Кайсіної убачаємо у зробленому авторкою внеску в дискурсологію (уведення поняття *дискурс ідеації*), у комунікативну лінгвістику (пояснення ролі мультимодального комунікативного впливу на реципієнта у контактній і дистантній комунікації), у прагмалінгвістику (опис глобальних стратегій і локальних субстратегій, риторичних стратегій і засобів їхньої мовленнєвої реалізації), у теорію мовленнєвого впливу (диференціація комунікативного впливу в залежності від серйозної чи гумористичної тональності дискурсу ідеації). Новим і цікавим є співставний аналіз ідеаційного дискурсу серйозної VS гумористичної тональностей, із акцентом на тих засобах, що слугують тригерами комічного, створюючи ефект інконгруентності, невідповідності очікуванню (але не реалізованому) нормам: а) комунікативної поведінки ідеатора і б) референтної ситуації.

Об'єктивність і достовірність спостережень і міркувань, а також отриманих висновків дисертації забезпечені репрезентативністю вибірки аналізованого матеріалу (202 ідеаційні промови загальним обсягом 47 годин відео із хронологічними параметрами в 11 років презентацій), достатньо серйозним теоретичним підґрунтям (список наукових публікацій сягає 309 позицій, з яких 95 джерел – іноземними мовами) і адекватними методами дослідження. Варто зазначити, що методичний алгоритм дослідження представлено, на мою думку, бездоганно (див. КД, с.79-83).

Практичну цінність рецензованої праці вбачаємо у доцільності впровадження її міркувань, конкретних даних і висновків у викладання загальнотеоретичних курсів стилістики, теорії комунікації, лексикології, а також спецкурсів із когнітивної дискурсології, сугестивної лінгвістики, теорії аргументації, емотиології. Робота буде цікава не тільки студентам,

магістрантам і аспірантам філологічного фаху, але і психологам-теоретикам і практикам, фахівцям у царині PR технологій, а також кожному, хто дотичний до сфери публічного дискурсу.

Окремої схвальної оцінки вартує манера викладу, якою послуговується Д.Кайсіна як у оглядових фрагментах своєї роботи (використані там посилання чіткі, прозорі, точні), так і у представленні власних міркувань (аргументованих і логічних). Ілюстративний матеріал подано і проінтерпретовано адекватно тезам, що висуваються. Їхній експланаторний потенціал є великим. Дисертація написана академічною, термінологічно точною мовою, не переобтяженою недоречними іншомовними запозиченнями. Текст практично позбавлений друкарських огріхів, зафіксовано лише два випадки русизмів (*так як* замість *оскільки*, *приймати участь* замість *брати участь* с.45, 72).

Дисертація Д.Кайсіної має струнку композицію, послідовну і збалансовану архітектуру: основний текст членується на розділи, параграфи, підпараграфи. Побіжно маю дорікнути авторці за невиправдану, з моєї точки зору, неізоморфність назв смислово аналогічних параграфів в розділах 3 і 4. Пор.: 3.1. *Риторичні стратегії комунікативного впливу, орієнтовані на сферу раціонального мислення* :: 4.1. *Риторичні стратегії комунікативного впливу, орієнтовані на сферу раціонального мислення, в гумористичній тональності дискурсу ідеації*; так само 3.2. *Риторичні стратегії комунікативного впливу, орієнтовані на сферу емоцій* :: 4.2. *Риторичні стратегії комунікативного впливу, орієнтовані на сферу емоцій, в гумористичній тональності дискурсу ідеації* і т.д.

Автореферат дисертації та всі публікації авторки повною мірою відображають основні положення роботи.

Усі зазначені вище міркування спонукають кваліфікувати дисертацію Дар'ї Михайлівни Кайсіної як самостійне комплексне лінгвістичне дослідження, яке відповідає сучасному рівню наукових знань. Водночас, як і кожна новаторська розвідка, дисертація, що розглядається, не позбавлена певних дискусійних моментів, обговорення яких сприятиме віднайденню істини під час процедури захисту.

Переходячи до обов'язкової критичної частини відгуку, хочу наголосити на загальному позитивному висновку щодо обговорюваної роботи й підкреслити, що висловлювані запитання чи зауваження не стосуються концептуальних положень дисертації. Впевнена, що вони слугуватимуть подальшій розбудові запропонованої концепції у майбутніх дослідженнях Д.Кайсіної.

1. Певні сумніви у мене викликала теза Д.Кайсіної стосовно наявності «респонсивних стратегій реципієнтів, які реалізуються їх вербальними і невербальними реакціями на ту чи іншу ідеаційні промову» (КД, с.51, також с.104,196, АКД, с.8 та інш.). Заперечення викликає трактування

- респонсивних *дій* реципієнтів як певних *стратегій*. Я погоджуюсь із іншим висловом дисертантки: «Респонсивні стратегії впливу *корелюють* з респонсивними комунікативними діями реципієнтів» (КД, с.59), оскільки постулювати *стратегічність* сміхової реакції чи реакції відрази (приклад із демонстрацією мозку людини під час промови, на с.203) наврядчи правильно. Такі реакції є спонтанними, а отже про стратегію реципієнта (про його комунікативний намір – за І.Фроловою) вести мову не варто. Таким чином, моя позиція полягає в тому, що як ініціальні, так і респонсивні стратегії комунікативного впливу є виключно прерогативою ідеатора.
2. В розділі 5 Д.Кайсіна аналізує, зокрема, 8 «абсолютно успішних ідеаційних промов», наводячи дуже цікаві дані, які зведено у таблицю 5.5 (КД, с.315, АКД, с.13). При цьому жодним чином не коментується наявність таких оціночних реакцій реципієнтів на ці промови, як *OK* (not bad, but certainly not good), *unconvincing* (failing to make you believe that smth is true or real), *long-winded* (too long and boring). Таких реакцій небагато, але вони присутні. Як це корелює зі статусом *абсолютно* успішних промов?
 3. В теоретичному розділі роботи дисертантка експлікує сутність феномену ідеації як «процес формування та презентації мовцем певної ідеї для того, щоб реципієнти у подальшому слідували їй та *втілювали її в соціальну практику*» (КД, с.33), а ідеаційний комунікативний вплив, за її словами «спрямований на... *спонукання до втілення ідеї в соціальну практику*». Моє запитання торкається тези про успішність такого впливу, яка вимірюється спонтанними та відстроченими респонсивними реакціями респондентів. Чи можна обмежитись виключно оплесками, сміхом, переглядом роликів як мірилом успішності, себто ефективності ідеаційної промови? Чи бачить дисертантка які-небудь процедури виявлення успішності через *втілення* ідеї в соціальну практику або ж *нехтування* нею, попри всі позитивні комунікативні реакції? Інакше кажучи, успіх презентації = успіх ідеації?
 4. Цікаво дізнатися, чи були серед досліджуваного матеріалу ідеаційні промови, які закінчилися не успіхом, а комунікативною невдачею? Якщо так, то чим був зумовлений провал комунікативного впливу ідеатора?

Висловлені коментарі вочевидь кличуть до наукової дискусії і не затьмарюють високу оцінку наукового рівня рецензованої роботи, не применшують її новаторський характер, теоретичну й практичну значущість.

Вважаю, що дисертація Дар'ї Михайлівни Кайсіної «Англомовний дискурс ідеації: стратегії комунікативного впливу (на матеріалі інтернет-платформи ted)» є самостійним, оригінальним та завершеним дослідженням актуальної проблематики мовознавства, яке демонструє новий самостійний підхід до аналізу сучасного англомовного дискурсу.

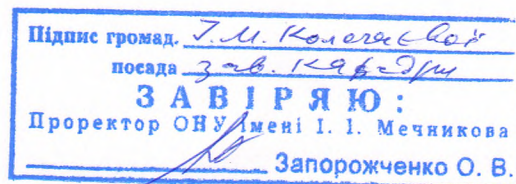
Заявлену мету досягнуто. Отримані результати і висновки є достовірними. Новизна, теоретичне й практичне значення рецензованого дисертаційного дослідження дозволяють стверджувати, що воно відповідає шифру спеціальності 10.02.04 – германські мови, а також вимогам ДАК України, що висуваються до кваліфікаційних робіт такого рівня ("Порядок присудження наукових ступенів", затверджений постановою Кабінету Міністрів України 24 липня 2013р. № 567). Беручи до уваги все вищезазначене, вважаю, що **Дар'я Михайлівна Кайсіна** цілком заслуговує на присудження їй наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02. 04 – германські мови.

Офіційний опонент:

доктор філологічних наук, професор
завідувач кафедри лексикології
і стилістики англійської мови
Одеського національного
університету імені І.І. Мечникова



I.M. Kolegatsva
I.M. Колегаєва



Відрук одержано 16.11.2018р.
Вчений секретар спецради Мр Т.Т. Морозова