

## ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

о диссертации Сунь Вэйфан

«Лингвокультурные характеристики интернет-отзывов российских туристов о поездке в Китай», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

г. Омск

15.03.2024

Экземпляр 1

Диссертационное исследование Сунь Вэйфан выполнено в рамках лингвистической прагматики, дискурс-анализа, лингвокультурологии и коммуникативной генетики и посвящено «лингвокультурной характеристике интернет-отзывов российских туристов о поездке в Китай» (АД, с. 5).

*Актуальность* представленного исследования определяется рядом факторов. В первую очередь отметим *актуальность* обращения к текстам современного интернет-дискурса, характеризующегося, с нашей точки зрения, недостаточной изученностью (лингвистических работ, посвященных специфике данной разновидности медиадискурса все еще мало, несмотря на несомненную значимость интернет-ресурсов как канала коммуникации, контент которого, безусловно, обладает высоким уровнем влияния на массовое сознание). Кроме того, *актуальным* представляется изучение лингвокультурных ценностей русской языковой картины мира, отраженных в современных интернет-отзывах российских туристов.

*На основании выполненных соискателем исследований:*

- рассмотрена специфика туристического дискурса в целом и туристического интернет-дискурса в частности;
- подробно описан жанр интернет-отзыва, отдельное внимание уделено специфике интернет-отзыва туриста;
- предложена типология жанра интернет-отзыва туриста;
- проведен контент-анализ содержательно-тематических групп интернет-отзывов российских туристов;

– рассмотрены лингвокультурные характеристики интернет-отзывов туристов о поездке в Китай.

*Теоретическая значимость* работы заключается в том, что исследование вносит вклад в дискуртологию, коммуникативистику, медиалингвистику, расширяет и углубляет теоретические сведения о специфике современного интернет-дискурса, в том числе в пределах определенного национально-лингвокультурного сообщества. Отметим также, что рецензируемое исследование вносит вклад в развитие генристики, поскольку диссертант делает ряд важных выводов, касающихся специфики жанра интернет-отзыва туриста.

*Значимыми для современной лингвистики* являются следующие результаты, полученные автором диссертации на основе проведенных исследований:

- в диссертации представлена попытка определить конститутивные признаки жанра *интернет-отзыв туриста*;
- в работе предложена типология жанровых разновидностей *интернет-отзыва туриста*;
- жанр *интернет-отзыв туриста* рассматривается как источник ценной лингвокультурной информации;
- выявлены и описаны наиболее значимые лингвокультурные ценности, отраженные в интернет-отзывах туристов о поездке в Китай;
- интернет-отзыв туриста рассматривается как источник практически значимой для туристических компаний и рекламных агентств информации, поскольку полученные результаты позволяют корректировать коммуникационную деятельность вышеназванных коммерческих организаций.

Перечисленные результаты определяют *новизну исследования*.

*Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что* определены перспективы практического применения полученных результатов в преподавании дисциплин, связанных с проблемами дискуртологии, лингвокультурологии, прагмалингвистики, межкультурной коммуникации, теории и практики рекламы и др.; кроме того, материалы диссертации могут быть использованы в практической деятельности



специалистов по туристско-рекреационному проектированию, практиков в сфере рекламного продвижения туристских продуктов.

*Достоверность результатов исследования обусловлена:*

- логикой исследовательской концепции;
- обоснованной теоретической базой исследования, которая включает труды ведущих российских и зарубежных ученых в области лингвистики текста, теории дискурса, лингвокультурологии, теории коммуникации, интернет-коммуникации, лингвоаксиологии, медиадискурса и теории речевых жанров (272 единицы в списке литературы, в том числе 16 работ на иностранных языках);
- репрезентативным по объему и содержанию эмпирическим материалом: в работе проанализировано 585 интернет-отзывов, представленных на туристических порталах, сайтах туристических компаний, туристических форумах и т.п. (2012-2021 гг.);
- использованием для обработки собранного материала совокупности как общенаучных методов (наблюдение, анализ, классификация и др.), так и специальных методов и приемов (контент-анализ, дискурс-анализ, лингвокультурологический и др.).

*Личный вклад соискателя* состоит в непосредственном участии на всех этапах исследовательского процесса, состоящего в критическом анализе научных источников на русском и иностранном языках, в сборе, фиксации, обработке, интерпретации и обобщении эмпирических данных, а также в апробации результатов исследования на международных конференциях, в подготовке основных публикаций по выполненной работе.

*Положения, выносимые на защиту*, соответствуют заявленной специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России и являются научно обоснованными, поскольку последовательно доказываются в основном тексте диссертации.

*Первое положение* о конститутивных признаках интернет-отзыва как жанра туристического интернет-дискурса рассматривается и доказывается в первой – теоретической – главе исследования.

*Второе положение*, согласно которому интернет-отзывы российских туристов о поездке в Китай представлены определенными тематическими



группами, находит отражение в п. 2.2 и п. 2.3: автор предлагает типологию содержательно-тематических групп интернет-отзывов российских туристов, иллюстрирует предложенную классификацию примерами, проводит детальный контент-анализ каждой из выделенных групп.

*Третье и четвертое положения* раскрываются в третьей главе исследования, в которой автор представляет анализ специфических языковых характеристик интернет-отзывов туристов о поездке в Китай, а также проводит комплексный анализ, связанный с выявлением и описанием языкового выражения ценностей русской языковой картины мира, отраженных в текстах рассматриваемых отзывов.

*Пятое положение*, в рамках которого представлена классификация разновидностей интернет-отзыва туриста (отзыв-справка, отзыв-рекомендация, отзыв-впечатление), подтверждается анализом научной литературы и эмпирического материала в п. 3.3: автор предлагает типологию интернет-отзывов, рассматривает дифференциальные признаки жанра каждого типа.

Таким образом, полученные в ходе исследования результаты достигают цели, сформулированной автором диссертационного исследования.

Говоря о достоинствах работы, считаем необходимым отметить четкость поставленной цели, верифицируемость полученных данных, широкую научную эрудицию диссертанта, тщательный анализ фактического материала, достаточно высокую иллюстративность в представлении результатов (анализ сопровождается таблицами, рисунками, диаграммами).

Вместе с тем, в процессе ознакомления с диссертационным исследованием возникли некоторые вопросы, которые хотелось бы обсудить с автором работы.

1. Вопрос касается предложенной в диссертационном исследовании модели признаков, конституирующих жанр интернет-отзыва туриста: «1) мультимедийность, 2) интерактивность, 3) тематическая конкретизация, 4) выраженная оценка, 5) опора на собственные впечатления» (с. 4-5 АД). Можно ли говорить о том, что перечисленные признаки характерны не только для отзывов в сфере туристического интернет-дискурса и являются жанрообразующими признаками интернет-отзыва в целом? Если же эта



совокупность признаков моделирует именно интернет-отзыв *туриста*, тогда какие признаки являются общими для жанра интернет-отзыва, а какие специфичны для туристического интернет-отзыва? Как представляется, модель конститутивных признаков жанра интернет-отзыва туриста – один из важнейших результатов проведенного исследования, поэтому хотелось бы, чтобы каждый из признаков был более подробно проанализирован и проиллюстрирован примерами собранного автором материала. Иначе возникает, возможно, ложное ощущение, что речь идет об общежанровых элементах.

2. Современный медиадискурс, особенно интернет-дискурс, характеризуется определенной динамичностью, в том числе, как нам представляется, и в аспекте коммуникативно-прагматических и лингвокультурных особенностей интернет-отзывов. Кроме того, можно говорить о динамике в национальной шкале ценностей. В диссертационном исследовании анализируется материал за достаточно продолжительный период (2012-2021 гг.). Можно ли говорить, в частности, о какой-либо динамике в представленных в отзывах лингвокультурных ценностях русской языковой картины мира или частотность / регулярность аксиологических конструктов за весь исследуемый период не демонстрирует очевидных изменений?

3. На с. 7 АД автор отмечает, что «цель написания отзыва – сообщить информацию и одновременно выразить личное отношение и дать оценку». Может ли у отзыва туриста быть иная цель, кроме передачи информации, сопровождающейся субъективной оценкой? В частности, может ли интенция быть связана с сугубо прагматическими задачами (получить скидку; написание отзыва с другими коммерческими целями и т.п.)? Поскольку работа проводилась и на материале блогов, есть предположение, что целеполагание отзывов, представленных на разных ресурсах / разных площадках, может варьироваться.

4. Один из самых сложных вопросов, связанных с жанром интернет-отзыва, – проблема его реальности (не фейковый, не заказной, не дискредитирующий и т.п.), чем обусловлены попытки как со стороны исследователей, так и стороны практиков сформулировать перечень признаков, позволяющих отличить



«настоящий» отзыв от «ложного». Действительно, отзыв – мощный инструмент как формирования положительного образа продукта (товара или услуги), так и конкурентной борьбы. Как автор решал для себя этот вопрос? Была ли задача дифференцировать отзывы по перечисленным выше критериям? Если да, то каковы, по мнению исследователя, маркеры искренности отзыва?

5. Важным достоинством представленного диссертационного исследования является его практикоориентированность. Хотелось бы услышать мнение диссертанта о том, каким образом полученные результаты могли бы найти применение в практике 1) туристических компаний, предлагающих туры в Китай; 2) поставщика экскурсионных, гостиничных услуг и услуг питания в Китае; 3) специалиста по рекламе и связям с общественностью, перед которым стоит задача позиционирования и продвижения туристских продуктов в Китае.

Отметим, что сформулированные дискуссионные вопросы имеют частный характер и не влияют на общую положительную оценку проведенного Сунь Вэйфан исследования. Диссертация прошла необходимую апробацию: основные результаты исследования представлены в докладах на международных научных конференциях, содержание работы отражено в 9 публикациях, в том числе в 4 статьях, опубликованных в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ. Автореферат и публикации в полной мере раскрывают содержание диссертации.

Подводя итог вышесказанному, заключаем, что диссертация «Лингвокультурные характеристики интернет-отзывов российских туристов о поездке в Китай» представляет собой научно-квалификационную работу, в которой содержится решение задачи, имеющей значение для филологии, и соответствует требованиям, изложенным в пп. 9-14 действующего «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. Автор диссертации, Сунь Вэйфан, заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России.

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.

С основными трудами Терских М.В. можно ознакомиться на сайте [https://elibrary.ru/author\\_items.asp?authorid=450263](https://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=450263).

Официальный оппонент


Доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики  
факультета филологии, переводоведения и медиакоммуникаций  
федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Омский государственный университет  
им. Ф.М. Достоевского»,

кандидат филологических наук

по специальности 10.02.01 – Русский язык,

тел. 8(3812)67-06-20; [terskikhmv@omsu.ru](mailto:terskikhmv@omsu.ru)

доцент

 Терских Марина Викторовна

Сведения об организации:

644077, Россия, г. Омск, пр. Мира, 55а,

тел. 8(3812)67-01-04

e-mail: [rector@omsu.ru](mailto:rector@omsu.ru); [omsu.ru](http://omsu.ru)

ПОДПИСЬ РАБОТНИКА



ЗАВЕРЯЮ:



О. С. ПОТАПОВА

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ УЧЕНОГО СОВЕТА

ОМГУ





**Сведения об официальном оппоненте  
по диссертации Сунь Вэйфан  
«Лингвокультурные характеристики интернет-отзывов российских  
туристов о поездке в Китай»  
по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России  
на соискание ученой степени кандидата филологических наук**

Фамилия, имя, отчество	Терских Марина Викторовна
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень (с указанием шифра специальности научных работников, по которой защищена диссертация)	кандидат филологических наук (10.02.01 – Русский язык)
Ученое звание	доцент
<b>Место работы</b>	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»
Ведомственная принадлежность	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес, веб-сайт, телефон, адрес электронной почты организации	644077, г. Омск, проспект Мира, д. 55-А <a href="https://omsu.ru/">https://omsu.ru/</a> +7 (3812) 67-01-04 <a href="mailto:rector@omsu.ru">rector@omsu.ru</a>
Наименование подразделения (кафедра, лаборатория)	кафедра теоретической и прикладной лингвистики
Должность	доцент
<i>Публикации по специальности и тематике диссертации</i>	
<p>1. Терских М.В. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе // Новые медиа в России: Активные процессы в языке и коммуникации: монография. М.: URSS, 2019. С. 226-249.</p> <p>2. Терских М.В., Боцорога К.В. Роль непрямой коммуникации при формировании имиджа банка: работа с негативными отзывами клиентов // Известия Смоленского государственного университета. 2023. № 1 (61). С. 58-69.</p> <p>3. Терских М.В., Алексеева А.С. Нативная реклама в фуд-блогах: форматы, жанры, инструменты воздействия // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования 2023. № 1 (38). С. 91-96.</p> <p>4. Терских М.В. Представление о России и русском национальном характере</p>	



в современном рекламном дискурсе: лингвокогнитивный анализ // Неофилология. 2020. Т. 6. № 24. С. 819-835.

5. Терских М.В. Реализация стратегий речевого воздействия в текстах социальной рекламы // Научный диалог. 2020. № 5. С. 178-189.

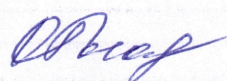
6. Терских М.В. Отношение аудитории к провокационной рекламе: критерии оценки коммуникативной эффективности // Неофилология. 2020. Т. 6. № 21. С. 201-212.

7. Терских М.В., Зайцева О.А. Идеологические и культурные коды в аспекте формирования провокативного рекламного контента (на примере рекламы Venetton) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. № 1. С. 225-237.

Официальный оппонент  Терских М.В.

Верно

Ученый секретарь  
ФГАОУ ВО

«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»  Рогалева О.С.

Проректор  
по научной работе  
ФГАОУ ВО

«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»  Ефимов С.В.

Дата 08.02.2024

