

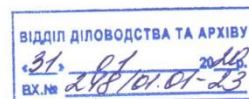
ВІДГУК

офіційного опонента на дисертацію **Чайковської Олени Юріївни**
«Лінгвостилістичні характеристики теленовин у комунікативно-прагматичному
аспекті (на матеріалі німецької мови)», подану на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук (спеціальність 10.02.04 – германські мови)

Дисертацію присвячено лінгвостилістичному дослідженню теленовин провідних німецьких каналів. Системність дослідження полягає в тому, що в роботі виявлено характеристики і функції теленовин, лінгвостилістичні засоби впливу на глядача, єдність вербального змісту з невербальними та паравербальними елементами новин. Приділено увагу явищу полікодовості новинних повідомлень як їх суттєвій характеристиці, що впливає із одночасного застосування засобів впливу різної природи.

У колі загальних проблем сучасного мовознавства вивчення комплексної взаємодії вербальних, невербальних і паравербальних засобів комунікації у різних типах дискурсу набуває особливої актуальності. Це пояснюється, у першу чергу, невідпинним розвитком інформаційного середовища, а також характерними для сучасного суспільства глобалізаційними процесами, за яких усе більшої ваги набувають інформаційні мас-медійні продукти, що, у свою чергу, обумовлює необхідність коректного декодування вербальної і невербальної інформації, яка поступає з мас-медійного простору.

На сьогодні, поруч з Інтернетом, телебачення залишається провідним джерелом мас-медійної інформації. У німецькомовній культурі телебачення продовжує мати стійкі позиції, а перегляд теленовин набув статусу майже обов'язкового вечірнього ритуалу. Згідно з даними статистики, теленовини від ZDF та RTL, які були об'єктом дослідження, кожного дня переглядають майже 24 мільйони громадян Німеччини, що становить майже 39% від усіх виборців у Німеччині. Ці дані свідчать про той значний вплив, який мають на німецьку спільноту згадані мас-медіа, що представляють і державну, і приватну форми власності на медійний ресурс.



Слід також наголосити, що теленовини як досить специфічний жанр тележурналістики, з одного боку, увібрав у себе всі ознаки газетних новин, а з іншого — широко використовує можливості телебачення для донесення глядачеві найактуальнішої інформації про події у світі. Лінгвістичний аналіз такого інформаційного продукту складний, комплексний, але перспективний, а, отже, необхідний.

Актуальність дослідження обумовлена провідною роллю теленовин в сучасному інформаційному просторі, важливістю вивчення комунікативно-прагматичного аспекту впливу на аудиторію телеглядачів, які є громадянами своєї країни і потенційними виборцями майбутньої влади і свого майбутнього.

Наукова новизна роботи полягає в наданні лінгвістичної дефініції поняттю «теленовини», в описі семіотики маніпулятивних стратегій і тактик та дослідженні взаємодії вербальних, невербальних і паравербальних засобів їх реалізації на каналах RTL та ZDF.

Завдяки детальному аналізу фактичного матеріалу, наукова робота О. Ю. Чайковської яскраво демонструє, абстрагуючись від жанру «новини» газетно-журнального формату, прагматичну специфіку жанру «теленовини». Авторкою здійснено всебічне вивчення комунікативно-прагматичного компоненту жанрової форми «теленовини» як функціонального стилю публіцистики і преси. А, як відомо ще з часів лінгвістичних розвідок Елізи Генріхівни Різелі, цей функціональний стиль має своїм завданням агітацію за певні принципи та їхню пропаганду, що також засвідчує маніпулятивну природу мас-медіа і з позицій негативу, і з позицій позитиву.

Дисертація є завершеним дослідженням обраної теми у ракурсі поставлених завдань. Результати здійсненого теоретичного пошуку і комплексного аналізу знайшли своє втілення в чіткій структурі роботи, яка складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

Рецензована робота пройшла достойну апробацію результатів, про які авторка робила доповіді на 12 наукових конференціях міжнародного і всеукраїнського рівнів. Результатом усної апробації стали і 12 публікацій

дисертанти: із них 5 статей – у фахових виданнях України, 1 – у зарубіжному виданні в Угорщині, 6 публікацій – це тези доповідей на конференціях.

У розділі 1 «Теленовини як різновид жанру «новини» в телевізійному медійному просторі функціонального стилю публіцистики і преси» жанр теленовин схарактеризовано з боку їх прагматичних цілей, структури, впливового потенціалу, специфіки мовлення. Привертає увагу спроба авторки увести поняття полікодового та двоканального текстів теленовин. При цьому в дисертації тексти теленовин досліджуються як двоканальні (с. 34). Цілком справедливо стверджується, що вплив різними каналами одночасно (аудіо, відео) значно підвищує впливовий потенціал повідомлень, але тут виникають дискусивні моменти, про що скажемо далі.

Дослідниця дає визначення поняттю «медіатекст», розуміючи під ним «створений для масової комунікації текст, суть якого – передача конкретної інформації, яка виражена мовленням для впливу та переконання» (с. 28); виокремлює впливовий потенціал двоканальних текстів та засоби, які слугують такому впливу. Ґрунтовно проаналізована структура новинних текстів каналів ZDF та RTL та їхні композиційні особливості. Авторка розглядає характерні ознаки мови сучасних телевізійних новин та специфіку їх функціонування.

У розділі 2 «Прагмастилістична зумовленість інструментів мовленнєвого впливу у випусках новин німецьких телеканалів ZDF та RTL» йдеться про прагматичну спрямованість засобів впливу, які застосовуються в теленовинах. Досліджуються усне мовлення теленовин, його стилістичне оформлення, стандарти встановлення контакту з телеглядачем у привітаннях, анонсах. Дисертантка наголошує на підготованості усного мовлення в теленовинах, яке по суті має писемну природу, однак стилізоване під фіктивний діалог з телеглядачем, з яким тележурналіст-ведучий не має безпосереднього контакту. Прагмастилістичний потенціал новин досліджений інструментами мовленнєвого впливу на лексичному, морфологічному, синтаксичному рівнях.

У межах виокремлених стратегій (стратегія формування необхідної думки або настрою глядацької аудиторії, стратегія солідаризації, стратегія нав'язування, стратегія дискредитації і т. д.) досліджені тактики та прийоми

досягнення комунікативної мети, особливості реалізації комунікативних інтенцій у текстах новинних повідомлень.

У розділі порушена важлива тема просодичних засобів впливу на аудиторію. Надано власні спостереження авторки про розподіл пауз у мовленні телеведучих каналів ZDF і RTL, темпоритм їх повідомлень та їх прагматичне значення.

Ретельно виконаний зіставний аналіз випусків теленовин обох телеканалів дозволив дисертантці з'ясувати, що прагнення об'єктивного відображення подій у світі й у своїй країні затребуване німецьким громадянським суспільством, а для задоволення цієї потреби обидва канали віднайшли свої специфічні форми викладу інформації, які позитивно сприймаються спільнотою, про що свідчить та величезна аудиторія глядачів, яку мають досліджувані телеканали в Німеччині.

Розділ 3 «Прагматична цілісність паравербальних і невербальних елементів теленовин каналів RTL та ZDF з їх вербальним змістом» присвячено системному опису взаємодії паравербальних, невербальних засобів впливу з вербальним змістом новин. Паравербальні прийоми впливу (міміка, пози, зовнішній вигляд) та їх обмеженість описано традиційно і аналогічно описам інших дослідників, які здійснювали наукові розвідки стосовно подібної проблематики на матеріалі інших жанрів і типів текстів. Однак цей опис значно конкретизовано на матеріалі каналів RTL і ZDF. У тексті підпункту розділу 3.1.1 фактично йдеться про коди звертання телеведучих до глядачів, якими вони передають/підсилюють емоційний зміст повідомлень (урочистість, трагічність та ін.). На жаль, такого семіотичного за своєю природою резюме немає ні в розділі, ні у висновках до розділу 3. Натомість досить змістовно йдеться про реалізацію прагматичних функцій теленовин паравербальними засобами, що по суті відповідає назві розділу.

Здобутком дослідження О. Ю. Чайковської є також узагальнення ролі інфотейнменту в популяризації теленовин, що певною мірою нейтралізує потік негативних новин, який становить основну масу новинного ресурсу, оскільки є сенсаційним, а журналістика, як відомо, живе, насамперед, завдяки

сенсаційному потенціалу новинного ресурсу. Залучення інфотейнменту до теленовин трактується в дослідженні як позитивна реакція якісного журналізму на певну втомленість глядацької аудиторії від негативу.

Таким чином, у дисертації прагматичний аналіз виведено за рамки вербальної частини новинного тексту, що є вагомим досягненням у дослідженні.

Представлена дисертація безсумнівно має свої достоїнства: системність дослідження, наукову мову викладу, опору на сучасні лінгвістичні поняття і джерела, аргументацію, вагомі висновки, що являють собою внесок у прагмалінгвістичні дослідження вербальних і позавербальних засобів впливу телебачення.

Наукова цінність і новизна роботи обумовлені насамперед вибором теми дослідження, яка не була дотепер темою спеціального наукового дослідження як в Україні, так і за кордоном, а також міждисциплінарним підходом до вивчення обраної проблематики.

Разом з тим дисертація, як і кожне нове слово в науці, містить дискусійні питання, і не позбавлена деяких непринципових недоліків, що не впливає на загальну позитивну оцінку рецензованої роботи.

1. В окремих місцях дисертації спостерігається не зовсім послідовна компоновка матеріалу. Наприклад, в п. 1.6 «Специфіка прагматичної установки на маніпулювання на телебаченні» йдеться про прийоми маніпулювання, зокрема, на с. 48 про вживання відповідної лексики (за Х. Дацишин). Для повноти аналізу тема маніпулювання вимагає звернутись до аналізу відповідних стратегій і тактик, що використовуються на телебаченні. Але ці стратегії і тактики описано не в п. 1.6, а значно пізніше в п. 2.4.1, який присвячено інструментам мовленнєвого впливу на лексичному рівні. При цьому тут опис лексики на каналах RTL і ZDF не супроводжується зіставленням з лексичними засобами за Х. Дацишин, описаними в п. 1.6. Отже, конкретні особливості лексичного рівня впливу на RTL і ZDF не виглядають такими. Ймовірно, краще було б опис стратегій і тактик розмістити в п. 1.6, а всі лексичні студії (із зіставленням) – в п. 2.4.1.

2. Системний зв'язок вербальних, невербальних та паравербальних засобів впливу на телеглядача в дисертації досліджено і викладено досить переконливо. Але ці три компоненти впливу в роботі проаналізовано з неоднаковим ступенем глибини. Описані мовленнєві засоби вочевидь є впливовими, оскільки прозоро відображають стратегії і тактики телеведучих. Роль невербальних засобів (фото, малюнки та ін.) в дисертації продемонстровано лише *de facto*, без поглибленого аналізу того, які це коди з точки зору семіотики, як їх розкодує телеглядач. Інакше кажучи, при фактичній повноті представлення в роботі невербальних засобів, не надано їх когнітивного значення та семіотичної інтерпретації. Ймовірно, такого завдання в роботі не ставилось, але на перспективу таке поглиблене дослідження є необхідним. Абсолютно те ж саме можна сказати і про дослідження просодичних засобів впливу, описаних у роботі. Отже, започатковані в дисертації дослідження мають на перспективу продовжуватися.

3. У п. 1.3 дисертації йдеться про розмежування понять полікодового і двоканалного текстів; авторка робить висновок, що теленовини є двоканалними. Слід зазначити, що питання розмежування потребує, перш за все, чіткого пояснення поняття семіотичного, зокрема, лінгвокультурного коду. Під кодом у стилістиці і теорії інформації розуміють систему знаків та правил їх поєднання для передачі повідомлень на певному каналі. Код шифрує і відображає певну тематику, з цієї точки зору в лінгвістиці виокремлюють такі лінгвокультурні коди: соматичний, часовий, просторовий, біоморфний, предметний, духовний (О.О. Селіванова).

З викладеної загальновідомої точки зору на коди розмежування понять «полікодовий» та «двоканальний» не є зрозумілим. Незалежно від кількості каналів сприйняття інформації телепередачі є полікодовими, оскільки на телебаченні використовуються всі лінгвокультурні коди на всіх каналах сприйняття. Отже, виникає питання про критерій розмежування. Канали сприйняття відрізняються сенсорно (аудіо-, відеосприйняття), а полікодовість кожного каналу – це кількість одночасно використаних кодів. Поняття

полікодовий і двоканалний мають різну природу, тому їх розмежування не має сенсу.

4. Перспектива подальших досліджень, на жаль, у Загальних висновках зовсім не позначена (лише одне речення з абстрактним смислом). У світлі викладених вище зауважень і дискусивних моментів робота має величезну перспективу продовження. Слід привітати започатковані наукові розвідки, оскільки вони спрямовані на перспективу вивчення однієї з актуальних сучасних тем.

Публікації О. Ю. Чайковської та автореферат у цілому відображають положення дисертації та результати дослідження. Дисертація відповідає вимогам «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», затвердженого постановою КМУ №567 від 24.07.2013 р. (зі змінами внесеними згідно з постановами КМУ №656 від 19.08.2015р. та №1159 від 30.12.2015 р.), а її авторка, Олена Юріївна Чайковська, заслуговує на присудження їй наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – «германські мови».

Доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри прикладної лінгвістики
Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Л. С. Піхтовнікова

Л. С. Піхтовнікова

Підпис Піхтовнікової Л.С. ЗАВІРЯЮ
Вчений секретар університету

