

**ОТЗЫВ** официального оппонента

доктора филологических наук, профессора Лебедевой Натальи Борисовны  
о диссертации **Цзян Ин**

**«Русский язык в приграничном Китае (на материале текстов китайских рекламных вывесок на русском языке г. Хэйхэ, провинция Хэйлунцзян)»,**

представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук  
по специальности 10.02.01 – русский язык.

04.12.2017 г.

г. Кемерово

**Актуальность** диссертационного исследования Цзян Ин обусловлено вписанностью его в современную лингвистическую парадигму, «начертавшую на своих знаменах» такие принципы «внешней лингвистики», как антропоцентризм, функционализм, экспансионизм, экспланатарность, внимание к живой речи. В эпоху глобализации и интенсивных межкультурных связей актуальны межязыковые отношения, приводящие к процессам гибридизации языков. Именно последнее направление представлено в рецензируемой диссертации «Русский язык в приграничном Китае (на материале текстов китайских рекламных вывесок на русском языке г. Хэйхэ, провинция Хэйлунцзян)», выполненной в социолингвистическом аспекте, представляющей анализ процессов взаимодействия разноязычных социумов в определенной языковой ситуации.

**Новизна** рецензируемой работы заключается в том, что для анализа взят конкретный материал, до сих пор не описанный в указанном аспекте, - вывески пограничного с Россией китайского города Хэйхэ, на которых с большой непосредственностью отражен китайско-русский пиджин, но не в устной, а в письменной разновидности. Анкетирование, проведенное исследователем среди авторов этих вывесок, показало, что «создателями рекламных вывесок на русском языке являются жители г. Хэйхэ, обладающие низким уровнем владения русским языком. Создаваемые ими тексты вывесок имеют pragматическую направленность, а аспект языковой нормы представляется для авторов вывесок неактуальным» (с. 79), следовательно, в текстах вывесок проявлена естественная письменная речь жителей пограничного города, исследование которой также вносит в работу признаки новизны. Важным и по-своему новым является наблюдение, что при реализации pragматической функции (информационной и воздействующей, в данном случае – рекламной), ослабляется нормативный аспект. Функциональный аспект вывесок подчиняет системно-языковую и нормативную сторону написания текста.

Выводы автора диссертации являются **достоверными**, поскольку описываемый **материал** собран автором работы самостоятельно, представляется полным и репрезентативным (1067 единиц). Он может быть оценен как достаточный для получения **достоверных** выводов, чему способствует адекватный и корректный **методический инструментарий**, реализованный в ходе исследования: кроме лингвокультурологических, статистических и социолингвистических методик (включающих приемы анонимного интервьюирования и анкетирования), использовались и собственно лингвистические методы – приемы дистрибутивного, компонентного и сравнительно-сопоставительного анализа.

Само исследование материала представляет собой комплексное, социолингвистическое и собственно лингвистическое, описание вывесок, созданных китайцами, далеко не в совершенстве владеющими русским языком, но не расстраивающих из-за этого, т.к. pragматическую задачу эти вывески выполняют, поскольку понятны потенциальным потребителям предоставляемых услуг, в основном русскоязычным покупателям. Следовательно, коммуникативную задачу они выполняют, несмотря на явные погрешности нормативного плана, то есть формальные, грамматические и лексические ошибки. Коммуникативной задаче вывесок способствует поликодность компонентов китайских рекламных вывесок, когда достижению рекламных целей помогает как вербальные, так и невербальные знаки, как русский текст, так и адаптированные через прием транслитерации китайские слова. Эта отличительная черта взаимодействия русского и китайского языков способствует выделению и запоминанию рекламируемого товара и торговых точек, предлагающих их.

В работе достигнуты поставленные задачи, **положения, выносимые на защиту, находят обоснование в работе.**

Первое положение – «*Русский язык в Китае, в условиях приграничного существования на чужой территории, расширяет свои функции в связи с необходимостью удовлетворять разнообразные практические и pragmatische ориентированные нужды коммуникации представителей разных государств – России и Китая, являющихся носителями разных языков*» - обосновывается в первой главе диссертации «*Русский язык в приграничном городе Хэйхэ: социолингвистический аспект*», в подразделах 1.1.2 («*Языковая ситуация в г. Хэйхэ: состав идиомов и особенности их функционирования*»), 1.1.3 («*Русско-китайский пиджин как особый компонент языковой ситуации г. Хэйхэ: сферы функционирования и роль в языковой ситуации*»), 1.1.5 («*Сфера официального использования русского языка в г. Хэйхэ*»).

Второе положение – «*Прагматическая направленность коммуникации в сфере торговли и услуг является причиной возникновения многочисленной рекламы с*

*использованием русского языка в приграничном китайском городе Хэйхэ, которая выступает важным элементом его ономастического пространства* - также обосновывается в первой главе, в подразделе 1.2. («Русский язык в наружной рекламе приграничного города Хэйхэ»), в пункте 1.2.2 («Сфера функционирования китайских рекламных вывесок на русском языке в г. Хэйхэ»).

Третье положение – «Китайские рекламные вывески на русском языке представляют собой, как правило, креолизованные тексты, которые наряду с различными невербальными визуальными компонентами, традиционными для наружной рекламы, содержат элементы двух графических систем – русской кириллической и китайской иероглифической» - доказывается в подразделах 1.2.3 («Графическое оформление китайских рекламных вывесок на русском языке») и 1.2.4 («Китайские рекламные вывески на русском языке как особый тип креолизованных текстов»).

Четвертое положение – «Китайскую рекламную вывеску на русском языке можно рассматривать как текст, включающий в себя определенные структурные компоненты: идентифицирующий, квалифицирующий и дифференцирующий, различная комбинация которых предопределяет функциональную направленность текста рекламной вывески» - рассматривается в разделе 2.3 («Структура текстов китайских рекламных вывесок на русском языке»).

Пятое положение – «Структурно-грамматические и структурно-семантические модели текстов китайских вывесок на русском языке, как правило, являются отражением аналогичных стандартных моделей рекламной коммуникации на китайском языке» - обосновывается во второй главе «Китайские рекламные вывески на русском языке как текст: особенности структуры и семантики», в разделах 2.4, 2.5, 2.6.

Шестое положение – «Использование русского языка носителями китайского языка в рекламе, нацеленной на российского потребителя, сопровождается нарушением норм русского языка в рекламных текстах и демонстрирует доминирование практических интересов у создателей рекламных вывесок» - доказывается в третьей главе «Языковая специфика текстов китайских рекламных вывесок на русском языке: нормативный аспект» в разделе 3.1. «Понятие речевой ошибки».

Седьмое положение - «Нарушение норм русского языка в китайских рекламных вывесках на русском языке имеет прогнозируемый характер и в большинстве случаев наблюдается на типологически различных участках языковой системы, что обусловлено процессами межъязыковой интерференции» - доказывается в третьей главе в разделе 3.2. «Языковая интерференция как основная причина ошибок в текстах китайских рекламных вывесок на русском языке».

Все положения, выносимые на защиту, обоснованы в работе, детально и убедительно доказаны как обилием приводимого материала, так и логикой интерпретации и доказательств, и соответствуют заявленной специальности – 10.02.01 – русский язык.

Таким образом, поставленная автором диссертации цель – «Анализ особенностей функционирования текстов китайских рекламных вывесок на русском языке в приграничном с Россией китайском городе Хэйхэ в обусловленности как социолингвистическими, так и собственно лингвистическими факторами» - достигнута, а намеченные задачи – решены, и полученные в диссертационном исследовании результаты им соответствуют.

Результаты, полученные автором диссертации, имеют теоретическую значимость, заключающуюся в том, что они вносят определенный вклад в научную методологию, развивая комплексный - социолингвистический и собственно лингвистический – методический инструментарий в их органическом единстве, примененный в исследовании нестандартной языковой ситуации в приграничном с Россией регионе на материале рекламных вывесок, что способствует развитию теории социолингвистики, лингвистической контактологии, теории языка рекламы.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности использования результатов в практике преподавания, в частности, такой дисциплины, как русский язык как иностранный; в выработке методических рекомендаций для составителей рекламных текстов в китайских пограничных регионах, рассчитанных для русскоговорящих пользователей услуг.

В заключение хотелось бы высказать ряд дополнительных замечаний и задать вопросы.

**Вопросы**, которые возникли в процессе чтения работы.

1. На с. 21 автореферата Вы пишете: «В большинстве случаев в пределах одного текста вывески наблюдается одновременно несколько грамматических ошибок: «Купать бессеин», «Магазин за углом молока», «Игрушки концелярских подарок». Информативность таких вывесок теряется, искается смысл вывески, возникает двусмысленность, абсурдность, невозможность однозначного понимания» (выделено нами – Н.Л.) В связи с этим возникает ряд вопросов.

1) Снижение информативности таких вывесок касается только русских или китайцев тоже?

2) Проводился ли опрос (анкетирование) русскоязычных пользователей услуг (читателей вывесок) с целью:

а) выявления степени понимания некоторых типов ошибочных или неясных написаний, например (кроме указанных выше) «Книгоиздатель» (вместо «Канцелярские товары»), «Ежедневно» (вместо «Повседневные товары»), «Меховой инженер» (вместо мастер /дизайнер / модельер меховых изделий), «Полный дракон фруктовио воющей универмаг» и пр.;

б) если бывают затруднения в понимании, то какие типы ошибок доставляют наибольшую трудность?

в) как влияют ошибочные написания на желание русскоязычных читателей пользоваться услугами этого заведения? То есть влияет и в какой степени ошибочное написание на перлокутивный эффект коммуникации?

2. Следующий вопрос касается практической значимости исследования. Как, по Вашему мнению, можно влиять на повышение грамотности в написании вывесок? И стоит ли вмешиваться в естественный процесс пиджинизации?

Особых замечаний по работе у рецензента не возникло, кроме незначительных логических и стилистических шероховатостей. Так, например, на с. 158 читаем: «*У. Вайнрайх и вслед за ним ряд языковедов определяют интерференцию как отклонение от нормы любого языка под влиянием другого, а некоторые – как ошибку, возникающую в речи одного языка вследствие воздействия на него другого <...>*» (выделено нами – Н.Л.). Но разве это не одно и то же - *отклонение от нормы и ошибка, отклонение под влиянием другого языка и вследствие воздействия на него другого?* Здесь как противопоставление подаются, на взгляд рецензента, тождественные положения. Далее идет следующее предложение: «*Мы также рассматриваем интерференцию широко, включая в это понятие и сам процесс контактирования языков, и результат контактирования, который представлен в отклонениях от норм русского языка под влиянием китайского*». Здесь необоснованно, на взгляд рецензента, употреблен союз *также*, поскольку два предыдущих предложения не указывают на широту рассмотрения.

Эти замечания не носят принципиального характера и не влияют на высокую оценку всей диссертации.

Результаты исследования прошли необходимую **апробацию**. Публикации по теме диссертации раскрывают положения, выносимые на защиту. Автореферат диссертации отражает ее содержание.

Все сказанное позволяет заключить, что диссертация «Русский язык в приграничном Китае (на материале текстов китайских рекламных вывесок на русском языке г. Хэйхэ, провинция Хэйлунцзян)» представляет собой научно-квалификационную работу, в которой содержится решение задачи описания особенностей функционирования русского языка в наружной рекламе приграничного г. Хэйхэ, имеющей значение для развития филологии в области теории языковых контактов, и соответствует требованиям пп. 9-11 действующего «Положения о присуждении ученых степеней». Автор диссертации, Цзян Ин, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – Русский язык.

04.12.2017

Профессор кафедры стилистики и риторики

Кемеровского государственного университета,

доктор филологических наук (специальность 10.02.01 – Русский язык),

профессор

Контактные данные:

650070 г. Кемерово, ул. Свободы, 11 – 35.

Тел.: 8-906-925-0151

э-майл: [nlebedevab@yandex.ru](mailto:nlebedevab@yandex.ru)

Место работы:

650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет», +7 (3842) 581-226, [rector@kemsu.ru](mailto:rector@kemsu.ru), <http://www.kemsu.ru>

