

## 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 межъязыковые 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 прагматическую 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 прагматической функции (информативной 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 расстраивающихся из-за этого, т.к. прагматическую 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 поликодовость 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 практически и прагматически 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 (*«Сферы 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 («Сферы 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: «Купить бессеин», «Магазин за углом молока», «Игрушки концелярских подарков». Информативность таких вывесок теряется, искажается 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), «Полныйдраконфруктовиовощейунивермаг» 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-мэйл: [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>

*Н.Б. Лебедева*



Лебедева Наталья Борисовна



Подпись

*Н.Б. Лебедевой*

заверяю:

Канцелярия

*И.В. Куряков*