Утверждаю
Проректор Ивановского государственного университета
по исследовательской и проектной деятельности,
кандидат социологических наук,
доцент
Смирнова И.Н.
«23» октября 2026 г.

Отзыв

ведущей организации Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ивановский государственный университет» о диссертации Аляевой Лилии Сергеевны «Коммуникативные стратегии и тактики деятелей российского, британского и американского шоу-бизнеса в речевом жанре «интервью»: гендерный аспект», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

В науке не ослабевает интерес к изучению гендера, теории речевых жанров, прагмалингвистики. Думается, что особенного внимания заслуживают естественно возникающие при анализе тех или иных объектов зоны пересечения этих научных направлений. Научной литературы, посвященной их изучению, в нашей стране сегодня становится все больше и больше (М.М. Бахтин, Е.И. Горошко, Е.С. Гриценко, А.В. Кирилина, Н.А. Красавский, М.Л. Макаров, Н.Н. Панченко, С.Г. Тер-Минасова и др.). Это вполне объяснимо, т.к., с одной стороны, в отечественном языковедении существовали определенные лакуны, которые ученые старались заполнить. С другой стороны, бурное развитие в последние десятилетия шоу-бизнеса и его возросшее влияние на многие области жизни человека также в какой-то степени оставалось на периферии внимания исследователей. Представляется уместным вспомнить здесь знаменитые шекспировские строки о том, что «весь мир – театр. В нем женщины, мужчины – все актеры. У них свои есть выходы, уходы. И каждый не одну играет роль». Вниманием, которое диссертант уделяет проблематике пересечения научных дисциплин, анализируя речевой жанр «интервью» в гендерном аспекте, и обусловлена *актуальность* рецензируемой работы. Отметим большие перспективы такого

рода работ в плане развития, прежде всего, антропоориентированной, социальной и культурологической лингвистики. Обращение к сопоставлению и анализу применяемых коммуникативных стратегий и тактик деятелей шоу бизнеса, принадлежащих к разным языкам и культурам, позволяет делать определенные выводы, как об общности ценностей, так и об их этноспецифике.

Научная новизна работы заключается в том, что автор диссертации описала, проанализировала и сопоставила в гендерном аспекте коммуникативные стратегии и тактики, к которым прибегали российские, американские и британские деятели шоу в ходе интервью, участниками которых они выступали. Это позволило прийти к обоснованным выводам и выявить как универсальные, так и этноспецифические характеристики сопоставляемых лингвокультур. Кроме того, был определен круг стилистических средств, к которым прибегали участники интервью.

Целью настоящего исследования является изучение и анализ ряда коммуникативных стратегий и реализующих эти стратегии тактик, применяемых деятелями шоу-бизнеса в ходе интервью. При этом автор работы особое внимание уделяет гендерному аспекту. Кроме того, следует отметить, что в ходе анализа выявляются лингвостилистические средства, используемые представителями шоу-бизнеса (как мужчинами, так и женщинами), для успешности используемых стратегий и тактик. Из этой общей цели вытекает ряд более частных задач, которые успешно решаются в ходе исследования. Для этого автор использует различные методы, применяемые в современных исследованиях, а в качестве методологической базы исследователь избирает теоретические положения теории речевых жанров, лингвокультурологии, гендерной лингвистики, лингвистики дискурса, прагмалингвистики, получившие свое обоснование и развитие в трудах отечественных и зарубежных ученых.

Мы считаем рецензируемое исследование *теоретически значимым.* Во-первых, его результаты вносят определенный вклад в развитие постулатов прагмалингвистики, теории речевых жанров, гендерной лингвистики и лингвокультурологии, уточняя, в частности, представления о гендерной составляющей поведения интервьюируемых представителей весьма специфической группы людей – деятелей шоу-бизнеса. Во-вторых, тщательное изучение и анализ используемых стратегий и тактик уточняет наши представления о универсальном и этноспецифическом в системе ценностей изучаемой группы. Это представляется немаловажным с точки зрения дальнейших лингвокультурологических и аксиологических исследований в сравнительно-сопоставительном плане.

Работу Л.С. Аляевой следует признать ценной и в *практическом* отношении: результаты этого исследования могут найти применение на занятиях по лингвокультурологии, а также в спецкурсах по гендерной лингвистике, социо- и прагмалингвистике. Следует отметить также значительный объем печатных и электронных ресурсов, подвергнутых анализу с целью выявления гендерного компонента, универсального и этноспецифического в сопоставляемых лингвокультурах.

Оценка достоверности результатов выполненной работы выявила, что предлагаемая в ней концепция опирается на данные известных исследовательских трудов по теории речевых жанров, лингвогендерологии, прагмалингвистике. Методология исследования имеет достаточное обоснование. Материал исследования репрезентативен.

Характер поставленных в исследовании задач обусловил композицию работы, которая состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы (всего 176 наименований, в том числе и на иностранных языках) и списка использованных источников материала.

Во Введении по сложившейся жанровой традиции дается обоснование актуальности выполненной работы, указаны ее теоретическая и прикладная ценность, четко определены предмет и объект, названы цель, задачи и методы исследования.

В главе первой определен круг основных понятий, на которые опирается диссертант. Глава отличается логичным построением и свидетельствует о глубоком понимании обсуждаемых проблем. Здесь, в частности, рассматривается вопрос о подходах к трактовке таких понятий как «речевой жанр», «коммуникативная стратегия и тактика», «гендер». Автор работы, опираясь на труды предшественников, выстраивает свою позицию по этим основополагающим для диссертации понятиям. Представляется, что материал, представленный в первой главе исследования, может служить хорошим источником сведений о состоянии теории изучения указанных явлений на сегодняшний день. Необходимо подчеркнуть широкую лингвистическую эрудицию диссертанта: Л.С. Аляева обнаруживает знание как ставших классическими, так и новейших изысканий в обсуждаемой области. Обращает на себя внимание уважительная манера научной полемики, которую ведет диссертант. Нельзя не отметить также логичность и связность изложения материала.

Вторая глава «Коммуникативные стратегии самопрезентации, положительной оценки деятельности и качеств характера человека и кооперации деятелей российского шоу-бизнеса в речевом жанре «интервью» посвящена рассмотрению и анализу указанных наиболее частотных

коммуникативных стратегий. В частности, речь идет о коммуникативной стратегии самопрезентации, направленной на создание положительного образа интервьюируемого, который, как гласит одна из англоязычных поговорок “is doing his/her best to sell himself/herself”. В этой части работы автором работы тщательно анализируются рассматриваемые коммуникативные стратегии и тактики. На основе такого анализа диссертант приходит к выводу о том, что наиболее распространенной тактикой реализации коммуникативных стратегий для российских деятелей шоу-бизнеса (как мужчин, так и женщин) является тактика «солидаризации»: соответственно 39% и 46%. Иными словами, при бесспорном приоритете этой тактики представительницы российского сегмента шоу-бизнеса прибегают к этой тактике чаще мужчин. В то же время определенная гендерная асимметрия обнаруживается в результате анализа частотности применения тактики «оппозиционирование»: соответственно 33% и «26%. По всей видимости, здесь в какой-то степени продолжает работать стереотип “man as a competitor, woman as a cooperator”. Любопытно, что на тактику «отождествление» у обеих групп приходится по 28%.

Третья глава работы «Коммуникативные стратегии самопрезентации, положительной оценки деятельности и качеств характера человека и кооперации деятелей американского и британского шоу-бизнеса в речевом жанре «интервью» посвящена рассмотрению и анализу тех же коммуникативных стратегий и тактик, которые изучались во второй главе на примере российских представителей. Это вполне понятно и объяснимо, учитывая во многом общий вектор развития шоу-бизнеса во всем мире. Любопытно отметить, что при всей универсальности общего вектора развития, наиболее распространенной для англоязычных представителей шоу-бизнеса оказалась тактика отождествления: 53% для британцев и 50% для американцев. Если сопоставить эти цифры с 28% в русском сегменте, то разница оказывается очень существенной. Существенно меньшие различия наблюдаются у представительниц русского и англоязычного сегмента изучаемой сферы человеческой деятельности: на первое место выходит тактика «солидаризации» соответственно с 46% и 45%. Схожие результаты и в случае с другими тактиками. Заслуживают внимания наблюдения автора работы о чуть большей, в целом, сдержанности британцев (и мужчин, и женщин) и об их склонности к иронии (включая самоиронию). По всем названным направлениям анализа Л.С. Аляева, опираясь на обширный и разнообразный фактический материал, приходит к интересным и убедительным выводам.

Выводы к главам работы и заключение диссертации информативны и логичны.

Высокий уровень выполненной работы дает нам возможность поставить перед уважаемым диссертантом вопросы для публичной дискуссии, связанные с проблематикой исследования.

1. Если верить научной литературе, посвященной изучению вежливости в гендерном аспекте, женщины, в целом, получают и делают комплименты чаще мужчин. В данной работе все обстоит наоборот: именно в интервью мужчин было зафиксировано большее количество комплиментарных высказываний. Как и чем можно объяснить такое расхождение?

2. Если, как утверждает автор диссертации на с. 89 работы, «женщины русскоязычного шоу-бизнеса, как правило, не транслируют в своих интервью» ценность дружбы, а мужчины «русскоязычного шоу-бизнеса в отличие от женщин заметно реже говорят в интервью о товарищах и друзьях», то получается, что мужчинам совершенно не свойственно «транслировать ценность дружбы». Хотелось бы уточнить, так ли это?

3. Диссертант на с. 151-153 работы рассуждая о причине употребления определенного артикля перед именем собственным, считает появление артикля *the* перед *David Bowie* некорректным. Автор работы считает такое употребление артикля «грамматическим нарушением», которое допустимо в разговорной речи и свидетельствует о приятельских отношениях интервьюируемого и *celebrity*. С таким толкованием этого грамматического явления трудно согласиться.

4. На всем протяжении работы автором выделяются лингвостилистические средства, которые используются участниками интервью для реализации тех или иных коммуникативных стратегий и тактик. Представляется, что работа бы только выиграла, если бы диссертант обращал такое же внимание и на использование средств грамматики: употребление артиклей, страдательный залог, степени сравнения имен прилагательных и наречий. Примеры в тексте работы присутствуют (см., например, с. 105,153, 156, 161, 163 и т.д.).

5. При рассмотрении ответов рэпера ASAP Rocky на вопросы интервьюера (с.101) автор диссертации справедливо указывает на большое количество разговорной лексики, используемое рэпером. Однако на каком основании слова *skateboards, skaters, skateparks* причислены к сленгу остается непонятным. К досадным погрешностям отнесем неправильное написание названия культового для скейтбордистов журнала “Thrasher” (с.99).

6. В ходе анализа интервью, данного музыкантом Н. Мельниковым журналу “U Magazine”, Л.С. Аляева справедливо говорит об использовании тактики одобрения. В ответах музыканта действительно можно усмотреть уважение к великому композитору, дирижеру и пианисту С.В. Рахманинову (с. 64). Вместе с тем, хотелось бы уточнить: нет ли в словах Н. Мельникова некоторой нотки самолюбования и возвеличивания самого себя за счет действительно великого человека. На с. 64 Н. Мельников говорит: Рахманинов «…был прекрасным пианистом и дирижером, *и так же, как я,* (курсив наш – А.А. Григорян) всю жизнь не мог определиться, кто же он на самом деле».

7. Отметим хороший, в целом, уровень перевода автором работы высказываний англоязычных деятелей шоу-бизнеса. Нелегко, однако, согласиться с некоторыми из предлагаемых интерпретаций. Так, например, на с. 115 работы австралийский актер Д. Раш говорит: *“It’s much more home grown, hit-and-miss…”*. Предлагается следующий перевод: «Это гораздо более доморощенная индустрия, она непредсказуема…». Думается, что слово *доморощенная* здесь употреблено неправильно. В словах Д. Раша нет негативного отношения к австралийскому кино. Возможно, уместнее было бы в данном случае говорить о выросшей и опирающейся на собственные корни индустрии кино Австралии.

Высказанные замечания не влияют на общую положительную оценку работы и направлены на развитие этого интересного исследования.

Следует отметить, что диссертационное исследование Аляевой Лилии Сергеевны «Коммуникативные стратегии и тактики деятелей российского, британского и американского шоу-бизнеса в речевом жанре «интервью»: гендерный аспект» представляет собой самостоятельное оригинальное лингвистическое сочинение, имеющее достаточную апробацию: автореферат и 6 публикаций по теме исследования, включая 3 публикации в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ, в полной мере отражают его основное содержание. Положения, вынесенные на защиту, научно значимы и убедительно обоснованы в работе.

Рецензируемая работа соответствует содержанию и основным направлениям исследования, отмеченным в паспорте специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

Диссертация Аляевой Лилии Сергеевны «Коммуникативные стратегии и тактики деятелей российского, британского и американского шоу-бизнеса в речевом жанре «интервью»: гендерный аспект», представленная на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика, в полной мере соответствует пп. 9-11, 13-14 «Положения о присуждении ученых

степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ №842 от 24.09.2013 года (в актуальной редакции), предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор Аляева Лилия Сергеевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

Отзыв составлен доктором филологических наук, профессором кафедры зарубежной филологии Института гуманитарных наук Ивановского государственного университета Григоряном Ашотом Арамовичем (специальность 10.02.19 – теория языка).

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры зарубежной филологии ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет» (протокол № 3 от 21 октября 2026 года).

Заведующий кафедрой зарубежной филологии,
кандидат филологических наук,
доцент Шилова Екатерина Анатольевна

Лица, подписавшие документ, дают согласие на обработку персональных данных.

Контактная информация:
153025, Россия, г. Иваново, ул. Ермака, 39; ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»; сайт организации: http://ivanovo.ac.ru; тел.: (4932-326210); адрес электронной почты rector@ivanovo.ac.ru; кафедра зарубежной филологии email: kzf@ivanovo.ac.ru

Подпись Шиловой Е.А. Заверяю
Руководитель КС КПУ
«21» 10 2026