

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Логиновой Полины Гарриевны Политическая медиариторика как парадигма исследования речевых медиапрактик (на материале французского медиапространства)», представленной на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (романские языки)

Диссертационное исследование посвящено разработке нового направления в области социально-гуманитарного знания — политической медиариторики, что представляется крайне актуальным в условиях стремительной медиатизации политической сферы и возрастающей роли цифровых технологий в коммуникационных процессах. Автор обоснованно подчеркивает необходимость переосмысления риторического аспекта политической медиакommunikации, особенно в контексте политического медиапространства пространства, где традиции ораторского искусства имеют глубокие исторические корни. Изучение речевых медиапрактик современных политических деятелей на примере представителей политической элиты Франции через призму междисциплинарного подхода (риторика, медиалингвистика, когнитивистика) открывает новые перспективы для анализа манипулятивных технологий и механизмов воздействия на общественное сознание.

Работа отличается высокой степенью достоверности, что подтверждается обширной эмпирической базой: более 3000 языковых единиц, 100 видеовыступлений политиков, материалы традиционных и новых медиа. Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. Разработано новое направление — политическая медиариторика, введен соответствующий понятийный аппарат.
2. Впервые в романистике выведены параметры поликодовых политических медиатекстов, исследованных в риторико-стилистическом ракурсе.
3. Доказана роль риторико-стилистического компонента в контенте мультимодальных медиаплатформ французских политиков.

4. Осуществлен сравнительный анализ вербального и невербального поведения девяти акторов французской политической арены, включая малоизученные в современной лингвистике фигуры - Э. Земмур, Ж.-Л. Меланшон.

5. Впервые в российской науке проведен анализ паралингвистического аспекта французской политической медиакommunikации.

Научные положения диссертации обоснованы с опорой на фундаментальные труды российских и зарубежных ученых в области риторики, медиалингвистики, политической коммуникации, дискурс-анализа. Методологическая база включает комплекс когнитивных, лингвистических и социологических методов, что обеспечивает междисциплинарность подхода. Выводы работы логичны и подтверждаются детальным анализом эмпирического материала, включая сравнительные таблицы и интерпретацию образного компонента политических текстов.

Диссертация представляет собой значительный вклад в изучение политической коммуникации, предлагая новые теоретические и практические инструменты для анализа медиадискурса. Теоретическая значимость исследования заключается в углублении понятий медиалингвистики и медиариторики, формировании концепции медиариторического политического пространства. Практическая ценность проявляется в возможности использования материалов диссертации для подготовки специалистов в области PR, политического консалтинга и медиаанализа. Кроме того, методология работы применима для анализа политического медиадискурса других стран, особенно тех, где наблюдается высокий уровень медиатизации политики. Выводы работы могут способствовать лучшему пониманию механизмов манипуляции общественным сознанием через политическую риторику. Безусловным преимуществом данной работы можно считать тот факт, что алгоритм анализа речевых медиапрактик, предложенный автором, уже внедрен в учебный процесс МГУ имени М.В. Ломоносова.

Текст исследования логично построен. Диссертация состоит из Введения, четырех глав с выводами, Заключение, Список источников, состоящего из 582 наименования. Общий объём работы составляет 421 страницу печатного текста.

В Главе 1 «Теоретико-методологические предпосылки исследования» обосновывается необходимость изучения политической медиариторики как нового направления в исследовании политической коммуникации. Рассматриваются ключевые понятия, такие как медиатизация политики, риторический аспект коммуникации, поликодовый медиатекст, а также разрабатывается методология исследования. Автор подчеркивает важность междисциплинарного подхода, объединяющего лингвистику, когнитивистику, журналистику и другие дисциплины и систематизирует методы анализа политической медиакommunikation. В Главе 1 также определены ключевые термины описываемого автором направления медиалингвистики:

- *Поликодовый политический риторический медиатекст* – сочетание вербальных и невербальных знаков в политическом дискурсе.
- *Медиариторический портрет* – образ политика, включающий его речевые стратегии и поведенческие особенности.
- *Медиариторическое политическое пространство* – цифровая среда, формирующая политический контент.

Глава 2 «Риторический компонент во французском политическом медиaprостранстве» посвящена историческим предпосылкам французской политической риторики, начиная с античности и Великой французской революции 1789 года. Анализируется влияние ораторского наследия на современных политиков, а также роль французского языка как инструмента "мягкой силы". Особое внимание уделяется национально-культурному компоненту и идентичности. Автор наглядно показывает преемственность ораторских традиций французских политиков периода пятой республики, а

именно связь между стилями Ш. де Голля, Ф. Миттерана и современных политиков - Э.Макрон, М. Ле Пен, Э. Земмур.

В Глава 3 «Интерпретационный анализ речевых медиапрактик французского политического медиaprостранства» проводится детальный анализ вербального и невербального поведения девяти французских политиков, включая Ш. де Голля, Ф. Миттерана, Э. Макрона и других. Исследуются их речи, выступления, представленные на мультимодальных медиаплатформах, а также теледебаты как форма поликодового политического текста. Автор выделяет ключевые риторические приемы, такие как анафора, метафора и апеллирование к авторитету, использование интертекста, а также сравнивает стили коммуникации. В этой части работы также исследуются **мультимодальные медиаплатформы** (сайты, соцсети) как новые инструменты политической коммуникации.

Глава 4 «Невербальный аспект исследования политической медиариторики» фокусируется на паралингвистических средствах (жесты, интонация, мимика) в политической коммуникации. Анализируются традиционные французские СМИ и их роль в формировании политического дискурса. Выявлена высокая частотность метафор со сферой источником война, театр и природа. Подчеркивается важность невербальных компонентов для усиления суггестивного и фасцинативного воздействия на аудиторию в сочетании с использованием мощных воздействующих стилистических средств, таких как: аллюзия, метафора, ирония.

В Заключении автор приводит собственные выводы и выделяет итоговые ключевые достижения работы, к которым мы хотел бы отнести создание новой исследовательской парадигмы — политической медиариторики; разработку методологии анализа поликодовых медиатекстов; проведение одного из первых в отечественной лингвистики масштабных анализов французской политической медиариторики; выявление закономерностей в вербальном и невербальном поведении ключевых фигур французской политики XX-XXI веков.

Несмотря на положительное впечатление от прочтения работы, в порядке публичной дискуссии хотелось бы высказать ряд замечаний и поставить перед уважаемым диссертантом ряд вопросов, связанных с проблематикой исследования:

1. В диссертации основное внимание уделено ключевым фигурам французской политики (президентам Пятой республики и лидерам крупнейших партий), однако остались за рамками исследования влиятельные, но менее медиатизированные деятели, которые также формируют политический дискурс Франции. Считаем, что это не критический недостаток, но упущенная возможность для более полного охвата французской политической медиариторики. Включение их в работу могло бы помочь проследить контрастные риторические модели на примере Алена Жюппе (Alain Juppé) vs Николя Саркози, которые представляют два полюса правого дискурса (технократия vs популизм); продемонстрировать особенности влияния новых форматов коммуникации, сравнив Франсуа Руфена (François Ruffin) и Габриеля Атталя, которые активно используют TikTok и YouTube, что безусловно меняет традиционную медиариторiku; показать идеологическое разнообразие, проанализировав риторику не только представителей центристов, правых и левых, но и зеленых, коммунистов, а может даже и региональных лидеров. Учтя эти моменты, можно было бы показать эволюцию риторики за пределами президентского дискурса; проанализировать альтернативные медиастратегии, не только ТВ и газеты, но и соцсети; учесть влияние малых партий на политический и медиа дискурсы.

2. Исследование в основном фокусируется на современном периоде (Макрон, Ле Пен, Земмур) развития французской медиариторики и медиадискурса, но упускает ключевые этапы эволюции политической риторики во Франции:

1950–1960-е: Эпоха Шарля де Голля — становление телевизионной риторики («обращения к нации» в прямом эфире).

1980-е: Франсуа Миттеран и первый «медиатизированный» президентский стиль (интервью, тщательный контроль имиджа).

2000-е: Николя Саркози и «гиперпрезидентство» с акцентом на соцсети (он первым активно использовал Facebook и Twitter).

Речи и выступления политиков, заявленных в работе, охватывают именно этот период. Поэтому, приняв во внимание эти изменения в средствах передачи информации, чего и требует лежащая в основе современной науки о медиа концепция М. Маклюэна «продолжений человека» и концепцию смены коммуникативных эпох, можно было бы выявить закономерности перехода от монолога к диалогу, от формальности к популизму, что в свою очередь отражается на использовании стилистических и риторических приемов, лексики, грамматики и т.д. Кроме того, с изменением медиума коммуникации политиком своих идей и взглядов, а также технических средств-посредников взаимодействие политика и общества, меняются жанровые характеристики коммуникации. Например, в XX веке ТВ было главным инструментом риторики (например, дебаты Жискара д'Эстена и Миттерана в 1974 — первые прямые теледебаты), а с 2010-х доминируют соцсети: Макрон обходит традиционные СМИ, общаясь через Instagram и TikTok. Это меняет стиль — меньше сложных метафор, больше клипового контента. Происходит смена тщательно подготовленных речей, как у де Голля, на импровизированные стримы, например, Мельяншон в Twitch, мемы Земмур в Twitter.

3. Автор детально и качественно анализирует такие аспекты поведения политиков как мимика, жесты и т.д., фонетические особенности их речи, стилистические приемы, которые они используют для достижения желаемого эффекта, но, принимая во внимание мультимодальный характер взаимодействия, например, в таком жанре как теледебаты, возникает вопрос какое влияние на медиариторику политика оказывает его имидж и стиль; уровень образования; культурный и профессиональный бэкграунд, а также другие экстралингвистические факторы?

4. Как известно, современная медиариторика не анализируется вне алгоритмов, действующих в медиумах ее распространения. В диссертации анализируется контент (тексты, видео), но контексту и алгоритмам, лежащим в основе их распространения, не всегда уделяется достаточное внимание. При создании Вашей модели и проведении анализа были ли учтены программные механизмы мультимодальных медиаплатформ таких как Twitter/X, TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, которые отбирают и ранжируют контент в лентах пользователей; усиливают или скрывают определённые сообщения; формируют эхо-камеры (пузыри фильтров), где пользователи видят только близкие им идеи, которые неизбежно влияют на восприятие речи аудиторией и на ее порождение адресантом?

5. Говоря о метафоре в видео-вербальном медиадискурсе, учитывалась ли невербальная (визуальная) составляющая метафоры, в изученных фрагментах и контекстах?

Необходимо отметить, что высказанные замечания и вопросы носят дискуссионный характер и не касаются существа теоретических положений, разработанных в диссертационном исследовании. Они направлены на развитие этого перспективного лингвистически значимого научного направления и продиктованы интересом к тематике исследования.

В ходе анализа теоретической проблематики и материала исследования автор демонстрирует широкую лингвистическую эрудицию, умение профессионально вести научную дискуссию. Сделанные диссертантом выводы открывают возможность дальнейших исследований в рамках разрабатываемого автором направления в медиа коммуникации – изучение политической медиариторики.

Основные положения диссертации отражены в 54 научных работах, включая 2 монографии и 25 статей в изданиях, рекомендованных ВАК (из них 2 индексируются в Scopus и Web of Science). Автор принимал участие в 53 международных и российских конференциях, что свидетельствует о

признании научного вклада диссертанта в современную лингвистику в целом и медиалингвистику в частности.

Автореферат адекватно отражает структуру, содержание и выводы диссертации. Ключевые аспекты работы — теоретико-методологические основы политической медиариторики, анализ французского политического медиапространства, интерпретация речевых медиапрактик — представлены в автореферате полно и системно.

Работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора филологических наук, согласно п. 2.1 раздела II (докторская) Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Логинова Полина Гарриевна, заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (романские языки).

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

Официальный оппонент:

доктор филологических наук (10.02.19 – Теория языка),
доцент, профессор кафедры теории и практики иностранных языков
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы»

(117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 9; 8 (495) 434-71-60,
languages@rudn.ru, <https://inyaz.rudn.ru>)

Ахренова Наталья Александровна

28.03.2025г.

Подпись профессора кафедры теории и практики иностранных языков,
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса
Лумумбы», доктора филологических наук, доцента Ахреновой Натальи
Александровны удостоверяю:

Учёный секретарь

Учёного совета ИИЯ РУДН



И.С. Самохин