

Рецензия
на магистерскую диссертацию

КУПРЕССОВОЙ Светланы Константиновны

**Коммуникативный блок «Представление национальной кухни»
в трэвел-медиатексте**

Актуальность исследования обусловлена возросшей популярностью трэвел-журналистики, связанной с туризмом. Современному человеку предоставлена свобода передвижений. Путешествие — это одно из основных преимуществ глобализации, как пишет известный британский социолог Зигмунд Бауман и ссылка на которого в диссертации была бы кстати — которое доставляет удовольствие не меньше, чем еда. Автор обращает внимание на то, что функцией трэвел-медиатекста является объективное информирование, т. е. сообщение обо всех нюансах национальной кухни страны, которую собирается посетить потенциальный турист. Не секрет, что не вся еда одинаково приятна. Сверх-задача трэвел-медиатекста — подготовить к встрече с реальностью.

В диссертации рассматривается смысловая организация медиатекста, Светлана в русле современного научного знания определяет коммуникативный блок как текстовую единицу, служащую для выражения актуальной для автора интенции и экспликации нового знания, актуального для потребителя.

Первая глава демонстрирует осмысление национальной кухни каждой страны как культурологического феномена, сложившегося в течение веков под влиянием географических, климатических, исторических условий; легенды и мифы передаются из поколения в поколение вместе с кулинарными рецептами. Особо следует отметить тенденцию автора рассматривать процесс формирования национальной кухни в контексте истории материальной культуры страны, а желание наслаждаться едой — как существенную черту современного общества, известного как общество потребления.

Автор отмечает распространение в обществе гастрономического гедонизма, его экстраполяцию на туризм и появление родственного определения — гастрономический туризм. Этим С.К. не ограничивается, подтверждая факт появления нового вида туризма яркими примерами из трэвел-журналистики, где дискурс нового типа вербализован в различных текстах, в том числе и в текстах о путешествиях и туризме.

Внимания заслуживает анализ формально-содержательных характеристик изданий, удачно выбранных в качестве эмпирической базы исследования, - специализированных журналов «Вокруг света», «Афиша-Мир», «Conde Nast Traveler».

Автор грамотно анализирует типологические особенности имеющего вековые традиции и совсем новых изданий, показывая влияние формальных типологических признаков на контент медиатекстов.

Автор правильно утверждает, что новизна диссертации заключается в выявлении интенциональных особенностей представления коммуникативного блока «национальная кухня», а также описании функций коммуникативного блока «представление национальной кухни» в трэвел-медиа тексте.

Можно констатировать, что поставленные задачи в целом выполнены: в диссертации представлен необходимый терминологический аппарат; определена роль слота «национальная кухня» среди других слотов фрейма «страна»; проанализированы и систематически описаны авторские интенции, связанные с представлением коммуникативного блока «национальная кухня» (в аспекте категорий перцептивности, эмотивности, оценочности и волеизъявления; определены функции соответствующего коммуникативного блока).

Несомненным достоинством первой главы является описание методики и изложение результатов самостоятельно проведенного исследования причин интереса людей к национальным кухням других стран и влияния экзотической национальной кухни на путешественника, на его моральное и физическое состояние — от готовности приспособиться до полного отвращения, и даже на изменение образа жизни после возвращения из других стран.

Автор тщательно анализирует структуру трэвел-медиатекста, иллюстрируя каждый элемент конкретными примерами

Значительное внимание во второй главе уделяется выразительным средствам медиатекста и развлекательной интенции, которая достаточно часто в текстах встречается и выполняет популяризирующую функцию. В работе рассматриваются приемы популяризации научной информации. Автор справедливо утверждает, что присутствие шутливого тона в текстах, использование иронии как формы комического делает информацию более доступной и легкой для восприятия и чтение становится увлекательным процессом. С помощью ярких, запоминающихся примеров продемонстрирована особая роль и функции экзотизмов в создании образа страны. Автор диссертации, используя примеры из журналов, показывает как через описание особенностей национальной кухни читатель узнает о природных условиях страны, о специфике ее экономического развития.

Проанализировав интенциональные особенности специализированных изданий, выявив сходства и различия, С.К. акцентирует внимание на эмотивности, оценочности и волеизъявлении как специфической интенциональной стороне коммуникативного блока «представление национальной кухни». Интерес представляет предлагаемая автором типология трэвел-текста, в котором представлен коммуникативный блок «национальная кухня»: всего шесть подвидов.

Таким образом проведена серьезная исследовательская работа, которая завершается вполне объективными выводами; в них автор аргументированно утверждает, что национальная кухня как тема трэвел-журналистики и как коммуникативный блок трэвел-медиатекста имеет мощную семиотическую проекцию в национальной культуре. В исследуемых журналах выявлены черты интенционального сходства и различия, которые сказываются и на стиле каждого издания.

Представленная к защите выпускная квалификационная работа, обладая достоинствами, не лишена некоторых недостатков. Так, например, на с.14. автор справедливо утверждает, что с помощью кухни мы можем представить уклад жизни

разных народов, а также социальных групп в конкретной стране. И приводит пример описания пышной царской трапезы в 17 веке чехом, приглашенным на нее. Далее, С.К. замечает: Контрастным по отношению к описанию царского стола, изобилующего необычными, диковинными блюдами, является описание скучного крестьянского стола поляком И., к сожалению, именно из этого отрывка автор диссертации получает, и даже утверждает, что мы получаем представление об укладе жизни в русской деревне, промысле, добыче пищи. Но позволю себе спросить: А как же Домострой — литературный памятник эпохи? Ведь эта книга была в каждом доме, и крестьянском, и дворянском. По этой книге нужно составлять впечатление об укладе жизни русского человека, о национальной кухне, в которой водки даже не было и в помине. На с.21 цитируется фрагмент из работы А.В. Олянич: «Почему русские получили репутацию пьяниц? Прежде всего, потому, что за национальной принадлежностью закрепился образ потребителя водки». Хотелось бы в диссертации прочитать о том, когда и как сформировался этот образ.

Анализируя тексты, следовало бы обратить внимание на ошибки, которые допускают журналисты, пытаясь писать экспрессивно, например: ...съесть гору тасманийских сливок с малиной — как-то трудно представить себе этот десерт.

Высказанные замечания носят рекомендательный характер. В целом, представленная к защите магистерская диссертация соответствует требованиям, предъявляемым к подобного рода ВКР и заслуживает положительной оценки.

профессор кафедры периодической печати
Тепляшина Алла Николаевна
Тепляшина Алла Николаевна