

ОТЗЫВ

на диссертационную работу Юрьевой Елены Владимировны на тему «Слоган социальной рекламы: коммуникативно-прагматические и когнитивно-концептуальные функции», представленную на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 «Русский язык».

Работа Елены Владимировны Юрьевой посвящена определению коммуникативно-прагматических и когнитивно-концептуальных функций слогана русскоязычной социальной рекламы. Задачи, решение которых способствуют достижению этой цели, диссертант сформулировал четко и умело. Е.В. Юрьева вполне справедливо считает, что в процессе работы ей необходимо было определить место слогана социальной рекламы в жанровой системе рекламного дискурса, теоретико-методологическую основу исследования дискурса социальной рекламы, установить и описать механизм воздействия адресанта на адресата слогана, систематизировать вербальные и невербальные приёмы воздействия на адресата в креолизованных текстах социальной рекламы, определить роль когнитивной метафоры в креолизованном тексте социальной рекламы, определить соотношение вербальных и невербальных приёмов создания комического эффекта в креолизованном тексте социальной рекламы.

Методы исследования, использованные при работе с заявленным материалом (понятийного, интерпретативного анализа, дискурс-анализа и т.д.), были применены вполне обоснованно и умело. Описание и интерпретация материала осуществлены на высоком научном уровне.

Во время работы над диссертацией Е.В. Юрьева выполняла функции преподавателя Донецкого национального технического университета, успешно применяя полученные ею результаты исследования на практике.

Диссертация Е.В. Юрьевой актуальна уже по той причине, что в наше время отмечается огромное влияние социальной рекламы на все сферы человеческой жизни. Реклама становится двигателем судеб: человек начинает жить не «по заветам отцов», а по моделям, предписанным именно социальной рекламой. Поэтому и следует не просто констатировать особенности последний, но и определить пути возможного ее усовершенствования.

Научная новизна работы определяется тем, что в ней выявлены основные жанровые характеристики слогана социальной рекламы как

