

ОТЗЫВ

на автореферат **Юрьевой Елены Владимировны**

на тему: «Слоган социальной рекламы: коммуникативно-прагматические и когнитивно-концептуальные функции», представленной на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык

Автореферат диссертации Юрьевой Е.В. показывает, что выполненная исследовательницей работа является достаточно актуальной – она рассматривает проблему, которая недостаточно полно описана в научной литературе. Слоган как один из жанров рекламного дискурса рассматривается в единичных работах А.Б. Байдуллаевой, Н.П. Белоусовой, О. В. Лещенко, Н. А. Улитиной.

Актуальность исследования обусловлена тем, что слоган социальной рекламы является наиболее продуктивным компонентом рекламной коммуникации. Социальная реклама участвует в формировании социальной среды современного человека, интегрируется с политикой, экономикой, наукой, искусством.

Первый раздел научного исследования «Слоган социальной рекламы в рамках понятий функциональной лингвистики» посвящен определению места слогана социальной рекламы в жанровом разнообразии рекламного дискурса, проанализированы жанрообразующие характеристики, обусловленные коммуникативной направленности слогана как специфического средства социального воздействия. Соискатель предоставил полный анализ работ ученых о заявленной проблеме. О.В.Юрьева определяет требования, которым должен отвечать текст социальной рекламы, удачно анализирует средства, которыми достигается образность и эмоциональность слогана, направленных на повышение заинтересованности адресата, увеличение эффекта коммуникации, на выявление у него положительных и отрицательных эмоций. Автор приходит к выводу, что речевые жанры разнообразны настолько, насколько различные коммуникативные ситуации.

Во второй главе «Теоретико-методологическая основа исследования дискурса социальной рекламы» диссертантка рассматривает концепции ведущих лингвистов современности и обосновывает цели и задачи использования интегративной методики для анализа дискурса социальной рекламы. Рассматривая изучение слогана социальной рекламы в рамках прагмалингвистики, О.В.Юрьева приходит к выводу, что рекламная коммуникация может иметь определённые черты манипулятивного дискурса.

«Специфика функционирования коммуникативных стратегий, тактик и ходов в слогане социальной рекламы» - третий раздел диссертационного исследования - посвящен изучению коммуникативных (универсальных и функциональных) стратегий и тактик, оптимизирующих интенциональное воздействие адресанта слогана на сознание адресата. Предложенная в этом разделе проблема, связанная с современными направлениями развития коммуникативной лингвистики в ракурсе изучения языковых (эксплицитных и имплицитных) способов построения и передачи текстов особой прагматической направленности, обеспечивают общение в сфере массовой коммуникации, к

которым относится слоган социальной рекламы. Привлекательным является то, что исследование выполнено в рамках дискурсивной парадигмы изучения речевого общения, когда язык рассматривается как средство воздействия адресанта на адресата.

В четвертой главе рассматриваются основные способы креолизации текста социальной рекламы, изучается взаимодействие и взаимопроникновение средств вербализации и средств визуализации сообщения определяется роль когнитивной метафоры, как наиболее важного элемента, который соединяет в себе вербальный и невербальный компоненты креализованого текста социальной рекламы, а также соотношение между вербальными и невербальными приемами создания комического. Интересно, что автор предложила свое видение вариаций взаимоотношения слогана с иконической частью. Определила, что комическое в креализованому тексте социальной рекламы экономит языковые средства для выражения содержания, стимулирует заинтересованность и запоминание.

Автореферат диссертации дает возможность утверждать, что рецензированное исследования основывается на надежной теоретико-методологической базе, автор демонстрирует хорошую научную осведомленность в исследуемой проблематике.

Диссертационная работа является логично структурированной. Исследование прошло необходимую апробацию, его результаты отражены в достаточном количестве публикаций (12 работ).

Работа Е. В. Юрьевой на тему «Слоган социальной рекламы: коммуникативно-прагматические и когнитивно-концептуальные функции» отвечает требованиям, установленным действующим Положением о порядке присуждения научных степеней. Автор диссертации, Елена Владимировна Юрьева, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры общего языкознания
и славянских языков

Блюмина Ольга Валентиновна

84637, ДНР, г. Горловка,
ул. Ленина, 146-а, 43,
Образовательная организация высшего
Профессионального образования
«Горловский институт иностранных языков»

Подпись О. В. Блюминой заверяю:

Начальник отдела кадров Образовательной организации
высшего профессионального образования
«Горловский институт иностранных языков»

Зогова Юлия Викторовна

