

**Заключение диссертационного совета Д 01.020.05 на базе  
Государственного образовательного учреждения  
высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет»  
Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики  
по диссертации на соискание ученой степени кандидата наук**

аттестационное дело №  
решение диссертационного совета Д 01.020.05 от 27.02.2017 № 2

**О ПРИСУЖДЕНИИ  
Юрьевой Елене Владимировне  
ученой степени кандидата филологических наук**

Диссертация «Слоган социальной рекламы: коммуникативно-прагматические и когнитивно-концептуальные функции» по специальности 10.02.01 – русский язык принята к защите 23 декабря 2016 г., протокол № 3 диссертационным советом Д 01.020.05 на базе Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики «Донецкий национальный университет», ул. Университетская, 24, 83001, приказ МОН ДНР № 595 от 02.06.2016 г.

Соискатель Юрьева Елена Владимировна, 1984 года рождения.

В 2007 году соискатель окончила Горловский государственный педагогический институт иностранных языков.

Работает ассистентом кафедры русского и украинского языков в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования Министерства образования и науки Донецкой Народной

Республики «Донецкий национальный технический университет».

Диссертация выполнена в Образовательной организации высшего профессионального образования Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики «Горловский институт иностранных языков».

Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор, Теркулов Вячеслав Исаевич, заведующий кафедрой русского языка Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики «Донецкий национальный университет».

**Официальные оппоненты:**

1. Факторович Александр Львович, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», профессор кафедры истории журналистики и правового регулирования массовых коммуникаций.
2. Калугина Татьяна Васильевна, кандидат филологических наук, доцент, ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет», доцент кафедры русской филологии.

Официальные оппоненты дали положительные отзывы о диссертации.

**Ведущая организация** Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Министерства образования и науки Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Тараса Шевченко» (г. Луганск) в своем положительном заключении, подписанном Соболевой Ириной Александровной, кандидатом филологических наук, доцентом, заведующей кафедрой русского языкознания и коммуникативных технологий указала, что диссертация Юрьевой Елены Владимировны представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Новые научные результаты, полученные автором,

имеют существенное значение для науки. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Работа отвечает требованиям п.2.2 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Юрьева Елена Владимировна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Соискатель имеет 12 единоличных научных работ, опубликованных по теме диссертации, общим объемом 3,62 п.л. Из них три статьи опубликованы в научных изданиях ВАК МОН РФ; две статьи опубликованы в научных изданиях, рекомендованных ВАК МОН ДНР; одна статья в – научном издании РИНЦ МОН РФ; шесть – тезисы докладов научных конференций.

Наиболее значимые работы автора:

1. Юрьева, Е. В. Специфика использования речевых актов в дискурсе социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – Тверь: Изд-во Тверского государственного университета, 2015. – №4. – С. 325-329 (0,34 п.л.).
2. Юрьева, Е. В. Когнитивная метафора как основа креолизованного текста / Е. В. Юрьева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2016. № 1 (30). – С. 153-160 (0,43 п.л.). – Режим доступа: <http://l.jvolsu.com/index.php/ru/archive-ru/370-science-journal-of-volsu-linguistics-2016-1-30/materialy-i-soobshcheniya/1285-yureva-e-v-kognitivnaya-metafora-kak-osnova-kreolizovannogo-teksta-sotsialnoj-reklamy>
3. Юрьева, Е. В. Манипуляция и условия эффективности дискурса социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Litera. – 2016. – № 3. – С.1-5 (0,36 п.л.). DOI: 10.7256/2409-8698.2016.3.19681. URL: [http://e-notabene.ru/fil/article\\_19681.html](http://e-notabene.ru/fil/article_19681.html)
4. Юр'єва, О. В. Сучасний стан вивчення проблеми мовленнєвих жанрів / О. В. Юр'єва // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго,

2012. – Вип. 15. – Т. I (155). – С. 138-142 (0,36 п.л.).

5. Юр'єва, О. В. Прагматика слогану соціальної реклами в аспекті реалізації кооперативних максим Г. П. Грайса / О. В. Юр'єва // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. – Вип. 17. – Т. I (169). – С. 338-343 (0,48 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили отзывы.

1. Отзыв, подписанный кандидатом филологических наук, доцентом кафедры общего языкознания и славянских языков ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков, Блюминой Ольгой Валентиновной.

**Отзыв положительный. Замечаний нет.**

2. Отзыв, подписанный кандидатом филологических наук, доцентом кафедры «Менеджмент, туризм и гостиничный бизнес» Севастопольского филиала ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» Дорошенко Ларисой Александровной.

**Отзыв положительный. Замечание:**

В работе следовало бы описать категорию модальности и выявить тип модальности, который присущ рекламному дискурсу.

3. Отзыв, подписанный кандидатом филологических наук, доцентом кафедры русской и украинской филологии с методикой преподавания Гуманитарно-педагогической академии ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет имени В. И. Вернадского» Лобачевой Натальей Александровной.

**Отзыв положительный. Замечание:**

На наш взгляд, в данной реферируемой работе, в соответствии с поставленными задачами исследования (АКД, с.4), следовало бы показать результаты систематизации вербальных и невербальных приемов воздействия на адресата креолизованных текстов социальной рекламы (АКД, с. 22-23) или проиллюстрировать соответствующими примерами выдвинутые

теоретические положения.

4. Отзыв, подписанный кандидатом филологических наук, доцентом кафедры «Иностранные языки и методика обучения» Севастопольского государственного университета Шутовой Ольгой Александровной.

**Отзыв положительный. Замечание:**

Для более тщательного анализа эффективности рекламных слоганов следует больше внимания в работе уделить адресато-адресантным отношениям и сравнить гипотетического и реального адресата рекламного дискурса.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их широкой известностью своими достижениями в области научной специальности 10.02.01 – русский язык, наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

*определено* место слогана социальной рекламы в системе жанров рекламного дискурса;

*разработана* теоретико-методологическая основа изучения дискурса социальной рекламы;

*установлен и описан* механизм воздействия адресанта на адресата слогана;

*описаны и систематизированы* коммуникативные стратегии (универсальные и функциональные) и тактики, которые использует адресант слогана социальной рекламы для достижения своих коммуникативных целей;

*определены и систематизированы* вербальные и невербальные приёмы воздействия на адресата в креолизованных текстах социальной рекламы;

*выявлена роль* когнитивной метафоры в креолизованном тексте социальной рекламы;

*определено* соотношение вербальных и невербальных приёмов создания комического эффекта в креолизованном тексте социальной рекламы.

Теоретическая значимость данной работы состоит в том, что наблюдения и выводы, которые сделаны в ней, способствуют расширению научных взглядов на природу речевого воздействия в сфере рекламной коммуникации, полученные результаты значимы для теории лингвопрагматики, лингвокогнитологии, а также для дальнейшего исследования рекламного дискурса с позиций коммуникативной лингвистики, социолингвистики, психолингвистики.

В качестве инструментов исследования были использованы методы понятийного, интерпретативного анализа, интегративная методика дискурс-анализа. В работе применялся описательный метод, проводился синтаксический и лексический анализ текста слогана, с целью выявления тематических групп слоганов социальной рекламы использовался метод контекстуально-ситуативного анализа.

Практическое значение обусловлено тем, что выводы диссертационного исследования могут стать основой для составления учебников и методических пособий по работе с рекламным текстом. Разработанные положения могут быть использованы в курсах по теории речевого воздействия в различных коммуникативных сферах, прагмалингвистике, риторике, рекламоведению, психолингвистике.

Личный вклад соискателя. Автору принадлежит выбор темы, постановка задач исследования, формулировка цели, анализ и интерпретация результатов, подготовка основных публикаций по теме исследования.

На заседании 27.02.2017 г. диссертационный совет принял решение присудить Юрьевой Елене Владимировне ученую степень кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 14 человек, из них 8 докторов наук (по специальности

рассматриваемой диссертации), участвовавших в заседании, из 19 человек, входящих в состав совета, проголосовали: «за» – 14, «против» – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Заместитель председателя диссертационного совета Д 01.020.05

доктор филол. наук, профессор

 А. А. Кораблев

Ученый секретарь диссертационного совета Д 01.020.05

кандидат филол. наук, доцент

27.02.2017 г.



 Л. Т. Сенчина

ПОДПИСЬ

ЗАВЕРЯЮ

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ

М.Н. МИХАЛЬЧЕНКО