

СВЕДЕНИЯ

об официальном оппоненте по диссертации Гладкой Наталии Витальевны на тему: «Комические речевые жанры в интернет-дискурсе», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

№ п/п	Фамилия, имя, отчество оппонента	Полное наименование организации, занимаемая должность, адрес, тел., факс, эл. почта, сайт организации	Ученая степень, шифр и наименование специальности, ученое звание	Основные работы по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	Согласие официального оппонента на обработку персональных данных (подпись)
1.	Юрьева Елена Владимировна	Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет» (ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет») доцент кафедры русского языка, 83001, г. Донецк, ул. Артема, 58 +38 (062) 301-07-09; +38 (062) 301-07-69;	Кандидат филологических наук. 10.02.01 - русский язык	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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. 2. Юрьева Е. В. Слоган социальной рекламы с позиции лингвистической прагматики / Е. В. Юрьева // Электронный научно-практический журнал «Культура и образование». – Апрель 2015. – № 4 [Электронный ресурс]. URL: http://vestnik-rzi.ru/2015/04/3462. 3. Юрьева Е. В. Специфика использования речевых актов в дискурсе социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – Тверь: Изд-во 	

Эл. почта
donntu.info@mail.ru
Официальный
сайт: <http://donntu.org/>

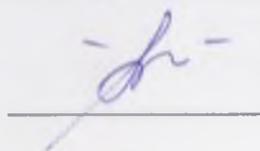
- Тверского государственного университета, 2015. №4. – С. 325-329.
4. Юрьева Е. В. Когнитивная метафора как основа креолизованного текста / Е. В. Юрьева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2016. № 1 (30). – С. 153-160.
– Режим доступа:
<http://l.jvolsu.com/index.php/ru/archive-ru/370-science-journal-of-volsu-linguistics-2016-1-30/materialy-i-soobshcheniya/1285-yureva-e-v-kognitivnaya-metafora-kak-osnova-kreolizovannogo-teksta-sotsialnoj-reklamy>
 5. Юрьева Е. В. Манипуляция и условия эффективности дискурса социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Litera. – 2016. – № 3. – С.1-5. DOI: 10.7256/2409-8698.2016.3.19681. URL: http://e-notabene.ru/fil/article_19681.html
 6. Юрьева Е. В. Перлокутивная функция слогана социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Коммуникативная культура современности : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. 2 ноября 2016 г. / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2016. – С. 69-72.

				<p>7. Юрьева Е. В. Вербальные приёмы создания комического эффекта в креолизованных текстах социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Научное наследие В.А.Богородицкого и современный вектор исследований Казанской лингвистической школы: тр. и матер. междунар. конф. (Казань, 31 окт. – 3 нояб. 2016 г.): в 2 т. / под общ. ред. К.Р.Галиуллина, Е.А.Горобец, Г.А.Николаева. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – Т. 2. С.– 336-341.</p> <p>8. Юрьева Е. В. Язык рекламы как гипержанр искусственной устной и письменной речи / Е. В. Юрьева // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности: Материалы I Международной научной конференции (Донецк 16-18 мая 2016 г.). – Том 5. Филологические и философские науки / под общей редакцией проф. С. В. Беспаловой. – Ростов-на-Дону: Изд-во Южного федерального университета, 2016. – С. 105-107.</p> <p>9. Юрьева Е. В. Слоган социальной рекламы как субжанр рекламного дискурса / Е. В. Юрьева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2016. Т. 15. № 4. – С. 114-121.</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>10. Юрьева Е. В. Вербальные и невербальные приемы создания комического в креолизованных текстах социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2017. Т. 17, вып. 1. С. 24–28. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-1-24-28.</p> <p>11. Юрьева Е. В. Пресуппозиция как средство воздействия на дестинатора рекламного сообщения (на примере русскоязычных слоганов социальной рекламы) / Е. В. Юрьева // Вестник ДонНУ. Сер. Б: Гуманитарные науки. – 2017. – № 3. С. 91–97.</p> <p>12. Юрьева Е. В. Прецедентные феномены как средство усиления прагматического потенциала слогана социальной рекламы / Е. В. Юрьева // Лингвистические исследования и их использование в практике преподавания русского и иностранных языков: Материалы I Международной научно-методической конференции (21 мая 2018 г.). – Донецк: ДонНТУ, 2018. – С. 91–97.</p> <p>13. Юрьева Е. В. Анализ дискурса социальной рекламы в ракурсе интегративной методики / Е. В. Юрьева // Язык и речь в</p>	
--	--	--	--	---	--

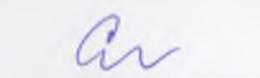
				<p>Интернете: личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29–30 марта 2018 г. : в 2 т./ под общ. ред. А. В. Должиковой, В. В. Барабаша. – Москва : РУДН, 2018. – С. 434-438.</p>	
--	--	--	--	--	--

Председатель диссертационного совета Д 01.020.05
доктор филол. наук, профессор



В.И. Теркулов

Секретарь диссертационного совета Д 01.020.05
кандидат филол. наук, доцент



Л.Т. Сенчина

ПОДПИСЬ
ЗАВЕРЯЮ



СЕКРЕТАРЬ
МИХАЛЬЧЕНКО