

О Т З Ы В

об автореферате диссертации Шаглановой Елены Андреевны на тему «Информационно-стратегический потенциал компрессии текста телерекламы», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка (Улан-Удэ, 2016. – 27 с.).

Диссертационное исследование Е.А. Шаглановой посвящается изучению информационно-стратегического потенциала компрессии текста телерекламы. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что изучение телевизионных рекламных текстов как особых креолизованных текстов, содержащих вербальные и невербальные компоненты, до сих пор не нашло достойного отражения в работах по теории языка.

Цель настоящей работы состоит в том, чтобы выявить стратегический потенциал в компрессии информации в слогане телерекламы.

Диссертация Е. А. Шаглановой состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка. Во введении представлены основные сведения о работе: обосновывается актуальность исследования, научная новизна, формулируются цели и задачи работы, выделяются предмет и объект исследования, определяется теоретическая база исследования, излагаются положения, выносимые на защиту. В **первой главе** рассматриваются понятия «компрессия» и «языковая экономия», «сжатый текст», обосновываются предпосылки возникновения языковой экономии, а также выявляются основные виды и способы сжатия текстовой информации. **Вторая глава** посвящается исследованию компрессии в рекламном тексте, а также слогана как вербальной части креолизованного текста телерекламы. В данной главе подробно раскрывается суть стратегического подхода к изучению этого феномена. В **третьей главе** «Систематика стратегий и тактик в компрессии текста телерекламы» выявляются и описываются основные стратегии и тактики в компрессии информации в телевизионных рекламных текстах. Кроме того, устанавливается информативный характер исследуемого явления.

Отличительной особенностью диссертации в целом является тот факт, что в данном исследовании впервые удалось проанализировать стратегический аспект языковых способов компрессии текстовой информации, выявить скрытые прагматические установки и коммуникативные намерения создателя телерекламы, которые позволяют осуществить при анализе компрессии информации телерекламы стратегический подход. Исследователю удалось выявить основные коммуникативные стратегии и тактики в создании слогана телевизионной рекламы, а также основные приемы их реализации.

Несомненна научная новизна рецензируемой работы, а также ее теоретическая и практическая значимость для теории языка. Заслуживают также внимания дальнейшие

перспективы подобного исследования, которые автор диссертации намечает на материале иностранных языков в заключительной части своей работы.

В целом автореферат диссертации написан логично и содержательно. Диссертационное исследование Е.А. Шаглановой на тему: «Информационно-стратегический потенциал компрессии текста телерекламы», безусловно, отвечает всем требованиям, предъявляемым к такого рода работам, а её автор заслуживает присуждения ему учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

08 июня 2016 г.

Доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры теории и практики перевода
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет».

Контактные данные: Самарская область,
445667, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14

Телефон: (8482) 539444

Электронный адрес: (E-mail) rector-tltsu.ru



Юрий Иванович Горбунов

