

Отзыв об автореферате

диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук Шаглановой Елены Андреевны на тему «Компрессия текста телерекламы: стратегический аспект»

Диссертационное исследование Е.А. Шаглановой посвящено выявлению стратегического потенциала компрессии телевизионного рекламного текста.

Актуальность проблематики работы определяется, прежде всего, стремлением современного человека к проявлению некой экономии в языке, а именно к сжатию информации, что в свою очередь проявляется посредством распространения компрессированных сообщений, также интересом современной лингвистики к проблемам функционально-прагматических аспектов языковых феноменов, и интересом к изучению текста рекламы, процессов его создания и функционирования.

Исследование Е.А. Шаглановой характеризуется научной новизной. Во-первых, автор определяет связь между выбором языковых приемов при компрессии информации рекламного слогана и рядом лингвистических, социально-психологических факторов, закономерностей и приемов. Во-вторых, определяются основные стратегии в создании слогана телерекламы (стратегии информирования, привлечения внимания, создания интриги, убеждения), соотносящиеся с определенными тактиками, а также приемы их реализации.

Теоретическая значимость сделанных диссертантом выводов связана с обоснованием роли скрытых коммуникативных намерений в процессе компрессии текстовой информации и выявления специфических особенностей проявления языковой экономии в таком виде речевой коммуникации как телереклама.

Практическая ценность полученных Еленой Андреевной результатов связана с тем, что материал и выводы диссертационной работы, помимо использования в научно-образовательных целях, могут быть с успехом применены для создания рекламы с целью улучшения информативности рекламного текста за счет его структурного сокращения.

Личный вклад соискателя ученой степени состоит в сборе и анализе фактологического материала, а также в подготовке к публикации пяти статей в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России, и 11 статей в иных научных изданиях.

Текст автореферата диссертации написан в соответствии с нормами научного академического стиля, основное содержание работы изложено ясно и непротиворечиво.

По прочтении текста автореферата возник вопрос уточняющего характера:

На с. 21–22 АКД приводится количественная характеристика употребления наиболее часто встречающихся стратегий и тактик в компрессии текста телерекламы. В данном случае возникает вопрос: проводил ли автор количественный анализ случаев компрессии текста в зависимости от типа рекламируемого объекта? Если подобный анализ был проведен, то в рекламе каких объектов чаще всего встречается данный прием и почему?

Диссертация Шаглановой Елены Андреевны на тему «Компрессия текста телерекламы: стратегический аспект» представляет собой законченную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Новые научные результаты, полученные диссертантом, имеют существенное значение для филологии. Выводы и рекомендации обоснованы. Работа отвечает требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Шагланова Елена Андреевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

Колмогорова Анастасия Владимировна,
доктор филологических наук (специальность 10.02.19), профессор,
зав. кафедрой романских языков и прикладной лингвистики
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
e-mail: nastiakol@mail.ru

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский федеральный университет», 660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 79/10, Р8-01, тел. 8 (391) 244-86-25.

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.

«8» июня 2018 г.



ФГАОУ ВО СФУ
Подпись Колмогорова Анастасия Владимировна заведующей
Начальник общего отдела
« 08 » 06 / 20 18 г.