

Сведения о ведущей организации
 по диссертации Шаглановой Елены Андреевны
 «Компрессии текста телерекламы: стратегический аспект», представленной
 на соискание ученой степени кандидата филологических наук
 по специальности 10.02.19 – теория языка

Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет»
Сокращенное наименование организации в соответствии с уставом	ФГБОУ ВО «ЧелГУ»
Ведомственная принадлежность	Министерство образования и науки Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	454001, УрФО, Челябинская обл., г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129
Веб-сайт организации	www.csu.ru
Телефон организации	(351) 799-71-01
Адрес электронной почты организации	odou@csu.ru
Список основных публикаций работников организации по теме рецензируемой диссертации за последние 5 лет (не более 15)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Воронцова Т.А. Фактор адресата в промышленной рекламе // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2017. Т. 27. № 5. С. 795-799. 2. Воронцова Т.А., Ковальчукова М.А. Образ события в новостном интернет-дискурсе // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2015. № 4-3. С. 102-108. 3. Воронцова Т.А. Когнитивные аспекты формирования и функционирования оценочной метафоры // Когнитивные исследования языка. 2014. № 18. С. 506-509. 4. Голованова Е.И., Ковалёва О.Н. Когнитивные механизмы компрессии оценочного смысла в художественном тексте // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 3 (52). С. 31-36. 5. Голованова Е.И., Нелюбина Ю.А. Когнитивно-дискурсивный подход к анализу кинообраза профессионала // Когнитивные исследования языка. 2015. № 21. С. 540-543

6. Голованова Е.И. Языковая игра в профессиональной коммуникации // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2017. № 2. С. 39-52.
7. Питина С.А. Особенности образования топонимов и микротопонимов с позиций когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 1 (50). С. 53-59.
8. Питина С.А. Личностный подход в рекламном тексте // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 9 (391). С. 134-139.
9. Питина С.А. Общая методология, или стереотипность мышления и языковая мода // Когнитивные исследования языка. 2014. № 18. С. 797-799.
10. Селютин А.А. Понятие «медиаличность» как результат когнитивных трансформаций // Когнитивные исследования языка. 2017. № 29. С. 397-402.
11. Шелестюк Е.В., Гриценко Э.Д. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 4 (386). С. 202-207.

Проректор по научной работе



Бучельников В.Д.