

Отзыв на автореферат диссертации Ирины Александровны Мурог
на соискание ученой степени кандидата филологических наук
«РЕАЛИЗАЦИЯ ПЕРСУАЗИВНОЙ СТРАТЕГИИ
В ВОЕННОЙ РЕКЛАМЕ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на материале современной англоязычной периодической печати)»
(Специальность: 10.02.19 – Теория языка)

Автореферат кандидатской диссертации И.А. Мурог, выполненной на кафедре английского языка (основного) Военного университета МО РФ, общим объемом 24 страницы, имеет каноническую структуру и состоит из вводной части, раздела, посвященного основному содержанию диссертации, и списка публикаций, в которых отражены основные положения диссертации.

Актуальность проведенного исследования не вызывает сомнений и определяется с одной стороны, необходимостью разработки лингвистических критериев для жанрового выделения военных рекламных текстов, выявления и классификации языковых и прочих средств, способствующих реализации персуазивной стратегии в изучаемом типе рекламных текстов, а также растущим интересом к формированию образа Вооруженных Сил России в современном мире.

Научная новизна исследования определяется избранным автором подходом к анализу отобранного материала, выявленными особенностями реализации изучаемой стратегии и обоснованием функциональной многослойности военных рекламных текстов, а также разработкой модели эффективно воздействующего рекламного текста.

Объектом исследования выступают современные тексты военной тематики, отобранные из англоязычной периодической печати.

Предметом исследования являются лингвистические и функциональные особенности текстов военной рекламы как социополитического и культурного феномена.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоят в лингвистическом обосновании, описании и выявлении коммуникативной сущности военного рекламного текста, что может быть использовано при обучении специалистов как лингвистических, так и рекламных специальностей.

Положения, выносимые на защиту, являются итогом последовательного решения поставленных автором задач, что позволило говорить о достигнутой цели исследования. Положения четко сформулированы и включают результаты проведенного анализа теоретических источников, языковой фактологии и невербальных средств воздействия на целевую аудиторию.

Как представляется, рецензируемый автореферат, как и сама диссертация, заслуживают самой высокой положительной оценки, поскольку в них военный рекламный дискурс рассматривается в нескольких аспектах – как социокультурный феномен и как речевое действие, направленное на информирование и воздействие на массового реципиента с учетом когнитивных и психологических особенностей целевой аудитории, а именно

сопротивления императивному воздействию реципиентом, что позволяет говорить о необходимости создания рекламного текста с имплицитным, персуазивным воздействием.

03.11.2017

А.В. Семкина

доцент кафедры иностранных
языков с курсом латинского языка
Алтайского государственного
медицинского университета

*Подпись зав. кафедрой
Семкина А.В.*



Семкина А.В.

Семкина А.В.

Семкина Александра Владимировна,
декан факультета иностранных студентов,
доцент кафедры иностранных языков с курсом латинского языка

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный медицинский
университет»

Министерства здравоохранения Российской Федерации
(ФГБОУ ВО АГМУ МИНЗДРАВА РОССИИ)

Адрес организации: Барнаул, проспект Ленина 40, 656038

Телефон: +7 (3852) 566-800

Общий отдел: +7(3852) 366-091

rector@agmu.ru

<http://www.asmu.ru>