

ОТЗЫВ ОБ АВТОРЕФЕРАТЕ ДИСЕРТАЦИИ
РЕАЛИЗАЦИЯ ПЕРСУАЗИВНОЙ СТРАТЕГИИ
В ВОЕННОЙ РЕКЛАМЕ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на материале современной англоязычной периодической печати),
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук
по специальности 10.02.19 – теория языка
МУРОГ Ириной Александровной

Диссертационное исследование И.А. Мурог выполнено в русле актуальной для сегодняшней геополитической ситуации проблематики и направлено на выявление специфических для военной рекламы языковых показателей, обеспечивающих ей высокий иллюкативный потенциал, способствующий достижению прогнозируемого перлюкативного (прагматического) эффекта.

Изложение существа диссертационной работы в реферативном формате свидетельствует о широком охвате находящихся в открытом доступе научных публикаций по трем ключевым вопросам, рассмотрение которых предпослано собственно анализу фактологии. Фокус концентрации внимания составляют модели актуализации персуазивных стратегий (стратегий воздействия и убеждения), специфика их преломления в рекламном дискурсе военной тематики: характер и рекуррентность использования специфических языковых приемов, в том числе, тропов и фигур речи, результативность которых предопределяется достижением коммуникативной цели высказывания. Аналитический подход к составлению историографии, логично выстраиваемая матрица теоретических основ создают предпосылки анализа фактического языкового материала, проводимого с использованием комплекса аналитических и верификационных процедур и приемов.

Диссертантом грамотно сформулирована цель работы, поставлены серьезные задачи, успешное решение которых обеспечивается адекватностью метода объекту исследования, что дает возможность вынести на защиту соотносимые с задачами теоретически значимые положения. Несомненным достоинством исследования является создание теоретического конструкта, представляющего собой алгоритм тактических приемов реализации стратегии убеждения. Особое внимание уделяется взаимодействию семиотических кодов в рамках рекламного текста, усиливающему персуазивный эффект рекламы.

Работа грамотная и интересная, она полностью отвечает требованиям, предъявляемым к исследованиям этого уровня. Материалы исследования широко апробированы и освещены в тринадцати публикациях автора, шесть из которых осуществлены в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

Изложение результатов проведенного исследования в реферативном формате не вызывает вопросов и замечаний.

На основании сказанного считаю возможным заключить, что автор диссертационного исследования «Реализация персуазивной стратегии в военной рекламе: лингвопрагматический аспект (на материале современной англоязычной периодической печати)» Ирина Александровна Мурог заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Доктор филологических наук профессор,
профессор кафедры зарубежной филологии
Института гуманитарных наук и управления
Государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
«Московский городской педагогический университет»
Москва, 2 Сельскохозяйственный проезд, 4,
Тел. 8 (499) 181-40-13

Трунова О.В.

21.11.2017

