

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук МУРОГ ИРИНЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ на тему «Реализация персуазивной стратегии в военной рекламе: лингвопрагматический аспект (на материале современной англоязычной периодической печати)» по специальности 10.02.19 – теория языка

Рецензируемый автореферат содержит изложение одноименной диссертации, посвященной исследованию регулятивной функции языка рекламы. Мы согласны с мнением автора, который рассматривает рекламный дискурс как особый вид речевой деятельности, который, в определенной степени, способен формировать мировоззрение не только отдельного человека, но и целого социума. Из автореферата видно, что в диссертации И.А. Мурог уделяет большое внимание возрастающей роли рекламного дискурса в социально-политической жизни общества. С методологической точки зрения аспекты, связанные с анализом имиджевой составляющей страны, в целом, и Вооруженных Сил Российской Федерации, в частности, продолжают оставаться крайне *актуальными*.

Исследование текстов военной рекламы, предпринятое автором, развивает идеи теории речевой деятельности, раскрывает регулятивную функцию речи на новом объекте языковой действительности. Соискатель справедливо утверждает, что военная реклама как социально-культурный феномен представляет собой вид речевой коммуникации, осуществляющий воздействие на рациональную и эмоциональную сферу адресата с помощью вербальных и невербальных средств. Военная реклама характеризуется устойчивой взаимосвязью коммерческой и социальной целей персуазивного воздействия, когда военная реклама социальной направленности косвенно способствует реализации коммерческих целей, а коммерческая реклама косвенно пропагандируется военный образ жизни, доказывает социальную привлекательность военной службы.

Основной материал исследования извлечен из более чем 700 текстов военной рекламы, отобранных методом сплошной выборки из англоязычной военной периодики за 2011 – 2017 годы. Дополнительно в целях сопоставления привлечено более 100 текстов российской военной рекламы.

В результате проведенного анализа диссертант показал функциональную многослойность военной рекламы, предложил модель эффективно воздействующего рекламного текста военной тематики, а также раскрыл роль языковой игры в достижении запланированного

коммуникативного эффекта – в этом заключается очевидная **научная новизна** исследования.

Содержание автореферата диссертации позволяет оценить диссертационное исследование как оригинальную научную работу, выполненную на основательной **теоретической** базе.

Автореферат написан грамотным, доступным научным языком, система аргументаций характеризуется убедительностью.

Автореферат позволяет судить о том, что диссертационное исследование «Реализация персуазивной стратегии в военной рекламе: лингвопрагматический аспект (на материале современной англоязычной периодической печати)» полностью соответствует требованиям пп. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24 сентября 2013 года, предъявляемых к диссертациям на соискание степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка, а ее автор, Мурог Ирина Александровна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – Теория языка.

Профессор кафедры романских языков
ФГКВОУ ВО «Военный университет» МО РФ,
доктор филологических наук, доцент

 Н.В. Зененко

 _____ 11 2017 г.

Мною подписан Н.В. Зененко
Зверев

