

Отзыв

об автореферате диссертации О.Т. Гаспаряна

«Интенциональные стратегии современного рекламного дискурса»,
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических
наук по специальности 10.01.10 – «Журналистика»

Диссертация О.Т. Гаспарян «Интенциональные стратегии современного рекламного дискурса» посвящена анализу стратегий современного рекламного дискурса в парадигме отечественной культуры. Автореферат показывает логичность и глубину исследования, в котором на примере 536 рекламных текстов получен полный и доказательный срез особенностей использования интенциональных стратегий в рекламном дискурсе.

Изменение стилистических особенностей рекламных текстов ставит перед исследователем проблему применения современного научного терминологического аппарата и его разработку. Одной из эффективно используемых при анализе дискурса категорий являются коммуникативные стратегии. Это и определяет задачи автора – «провести анализ трансформации стратегий», определить основные интенциональные стратегии и выявить структурные основы рекламного текста. Перечисленные задачи строго соответствуют поставленной цели и определяют логичную структуру текста диссертации, которая включает три главы. Каждая глава представляет важный и закономерный этап исследования.

В первой главе «Реклама в пространстве медиадискурса. Рекламный текст. Рекламный дискурс» автор дает аналитический обзор истории рекламы, опираясь на специальную литературу, посвященную рекламному дискурсу. Вторая глава - «Информационные и информационно-воздействующие стратегии в рекламном дискурсе. Интенциональный анализ» – раскрывает суть интенционального анализа и подробно

рассматривает три стратегии рекламного дискурса (информационную, информационно-воздействующую, эстетическую).

В третьей главе «Эстетическая стратегия в рекламном дискурсе. Мифообразующая функция рекламы» интересны рассуждения автора о мифообразующей функции рекламы, что представляется оправданным в рамках современного направления дискурсивного анализа, в котором любой дискурс именуется одним из «возможных миров» (Ю.С. Степанов). В заключении диссертации выводы, сделанные автором, убедительны и не вызывают принципиальных возражений.

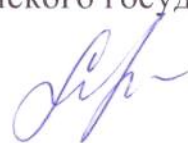
Хотелось бы отметить практическую значимость данной работы, которая наглядно показывает, как происходит процесс усложнения рекламы за счёт качественного перехода от реализации экономических и потребительских интенций информационной и информационно-воздействующей стратегий к мифотворческим и культурным интенциям эстетической стратегии.

Автореферат свидетельствует о том, что рассматриваемая диссертация отвечает всем требованиям «Положения о порядке присуждения ученых степеней» (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года, № 842, п. 9), предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присвоения искомой ученой степени кандидата филологических наук.

24 мая 2017 г.

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка и литературы
лингвистического факультета Российского государственного социального
университета
Селезнева Лариса Васильевна

129226, Москва, ул. В.Пика, д. 4
8 (495) 255-67-67
logamuz@yandex.ru




ПОДПИСЬ Селезнева Л.В.
УДОСТОВЕРЯЮ Селезнева Л.В. СПЕЦИАЛИСТ ПО КАДРАМ
ГОЗИНА М.Н.