

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Рябининой Алевтины Геннадьевны
«Вторичные поликодовые тексты современной рекламы в русском медийном
пространстве»,
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических
наук по специальности 10.02.01 – русский язык (г. Краснодар, 2022 г.)

В современной лингвистике одним из актуальных направлений является исследование проблемы вторичности текстов разных типов, способов трансформации источника в лексическом, грамматическом, композиционно-структурном, содержательном, сюжетно-образном, просодическом, прагматическом и других аспектах, что, в свою очередь, позволяет выделить различные виды вторичности, механизмы и средства создания вторичных текстов. Кроме того, важной лингвистической проблемой представляется анализ поликодовых текстов современной рекламы, которые до настоящего времени не получали полного и целостного описания с позиций теории вторичности. Назревшая в настоящее время необходимость исследования рекламных поликодовых текстов в аспекте теории вторичности объясняет актуальность выбранной для исследования темы.

В данном диссертационном исследовании впервые монографически исследуются поликодовые тексты современной рекламы как вторичные тексты, а также описаны виды вторичности в поликодовых рекламных текстах, выявлены механизмы и средства построения вторичных текстов современной рекламы, что свидетельствует о научной новизне данного исследования.

Цель работы, которая заключается в выявлении специфики разных видов вторичности в поликодовых рекламных текстах, в установлении механизмов и средств создания вторичных текстов, реализующих основные рекламные цели в русском медийном пространстве, - достигнута, поставленные задачи выполнены.

Автореферат достаточно полно отражает основные положения и структуру диссертации, он характеризуется логичностью изложения теоретического материала, высокой степенью его структурированности. Автореферат отражает основательную теоретико-методологическую базу диссертационного исследования А.Г.Рябининой, которое опирается на современные достижения лингвистической науки в области теории текста,

теории вторичного текста, теории рекламного текста, теории поликодового текста, теории интертекстуальности, теории прецедентности. В анализируемом автореферате отражены основные результаты проделанной соискателем работы. Диссертант тщательно анализирует выделенные ею в поликодовых текстах современной рекламы следующие виды вторичности: текстово-имитационный, метатекстовый, сюжетно-образный, дискурсивный, композиционно-структурный, ситуативный. Кроме того, автором скрупулёзно рассмотрены две группы видов вторичных поликодовых текстов современной рекламы с точки зрения их источников, а именно: 1) вторичные рекламные тексты, построенные на основе конкретного прецедентного источника, и 2) вторичные рекламные тексты, восходящие к множеству однородных прецедентных источников; также большое внимание уделено анализу мотивации выбора источника (или источников) вторичного текста. Среди механизмов создания вторичных текстов автор подвергает подробному анализу следующие: подражание, адаптация, сопряжение, соположение, ассоциативная мотивация, снабжая данный анализ большим количеством фактического материала.

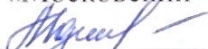
К пожеланиям следует отнести следующее: на стр. 12 автореферата диссертант анализирует соотношение явлений интертекстуальности и вторичности, представляя их графически в виде полевой структуры, однако в своем пояснении почему-то не использует понятие *ядра*, заменяя его описательным выражением *малый круг*; описательное выражение *большой круг* используется вместо общепринятого термина *периферия*. Не проще и понятнее для лингвистов было бы использование общепринятых терминов *ядро - околоядерная зона – периферия*. В этом случае не потребовалось бы использование заливки для выделения околоядерной зоны.

Данное положение мы классифицируем не как замечание, а как пожелание. Оно не затрагивает основных положений работы и носит частный характер. В целом автореферат написан грамотным научным языком.

Высокая степень апробации диссертации А.Г. Рябининой доказана 42 публикациями, из которых 12 статей опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, а также многочисленными докладами на научных конференциях с 2016 г. по 2020 г.

Всё вышесказанное позволило прийти к выводу, что диссертация Рябининой Алевтины Геннадьевны «Вторичные поликодовые тексты современной рекламы в русском медийном пространстве» является самостоятельным и завершенным исследованием, которое соответствует паспорту научной специальности 10.02.01 – русский язык и критериям, установленным Положением о порядке присуждения ученых степеней,

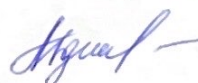
утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2016 г. № 335), а его автор - Рябинина Алевтина Геннадьевна - заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры общего языкознания
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Московский педагогический государственный
университет (МПГУ)»  **АВДЕЕВА Ольга Ивановна**

Ольга Ивановна Авдеева, кандидат филологических наук (специальность – 10.02.01 – русский язык), доцент, доцент кафедры общего языкознания, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический государственный университет (МПГУ)», 119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1; тел.: (499) 246-57-12, факс: (499) 246-57-12; e-mail: okafedra@bk.ru; официальный сайт организации: <https://www.mpgu.su>

телефон личный сотовый: 8 915 362 94 83,
электронный адрес личный: ol_avd@rambler.ru
01.02.2022 г.

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.



/О.И. Авдеева/



И. Авдеевой

ДОСТОВЕРЯЮ

Управляющего
делами


С.С. Яковлев