

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Ахмедовой Эльвиры Нофелевны «Анализ вербальных и невербальных средств формирования метроэтнической личности в современном рекламном дискурсе (психолингвистический аспект)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8 – теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки). Москва, 2024

Диссертационное исследование Э.Н. Ахмедовой посвящено одной из актуальных современных проблем – влиянию вербальных и невербальных средств, используемых в рекламных текстах, на формирование нового типа личности (метроэтнической), которая демонстрирует тенденцию к утрате национальной идентичности, а следовательно, и к утрате ею культурных ценностей своего этноса. Обращение к такой важной проблеме обуславливает **актуальность исследования**.

Исследование автора проводится на материале современных текстов русскоязычных рекламных сайтов, а также текстов рекламных баннеров, размещенных на улицах г. Москвы и Подмосковья, что позволяет Э.Н. Ахмедовой выявить и описать транслируемые рекламными текстами культурные и метроэтнические ценности.

Научная новизна исследования Э.Н. Ахмедовой заключается в определении степени влияния рекламного дискурса на содержание структуры национальной языковой личности.

В работе представлена интересная методика исследования заявленной темы, которая предполагает сочетание контекстуального и психолингвистического подхода к изучению способов влияния рекламного дискурса на современную языковую личность. Все это подтверждает **теоретическую значимость** диссертационного исследования.

В автореферате Э.Н. Ахмедовой содержатся интересные выводы о влиянии глобализации на изменение системы национальных культурных ценностей; описаны манипулятивные тактики, реализуемые как языковыми, так и невербальными средствами, направленные на изменение ценностных

ориентиров современного человека (подмена понятий, сравнение с другим товаром, риторические вопросы, использование иностранных слов, использование специального шрифта, специальных знаков, яркие изображения и др.). Автор исследования отмечает, что ключевые ценности (*семья, дружба, любовь*) представлены в рекламном дискурсе в соответствии с национальными традициями, однако другие ценностные понятия (*дом, свобода, успех, уют* и др.) подвергаются трансформации, в основе которой находится установка на индивидуализм и гедонизм, что не свойственно русской культуре. Интерес представляет, выявленная в текстах рекламы формирующаяся ценность *обособленность (приватность)*.

Результаты и выводы исследования будут интересны целому кругу специалистов (лингвистам, психологам, социологам, культурологам, спичрайтерам и др.), рядовым носителям языка. Этим определяется **практическая значимость** исследования, проведенного Э.Н. Ахмедовой.

Исследование Э.Н. Ахмедовой прошло достаточную научную **апробацию**: результаты исследования обсуждались на научных конференциях разного ранга, представлены в 10 публикациях, в том числе в 3 статьях, опубликованных в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Серьезных замечаний по диссертационному исследованию, как оно нашло свое отражение в автореферате, не возникло. В тексте автореферата содержатся таблицы и рисунки, позволяющие наглядно представить описываемый материал исследования; подробно описаны принципы контент-анализа рекламных текстов, описан социолингвистический опрос, позволивший автору исследования сделать вывод о формирующейся установке на прагматичный индивидуальный образ жизни современного молодого человека.

В целом автореферат информативен, убедителен, написан в соответствии с особенностями жанра, изложение отличается стройностью, логичностью и последовательностью. Текст автореферата свидетельствует о том, что его автор — самостоятельный, эрудированный исследователь.

Актуальность темы, степень обоснованности научных положений и выводов, их достоверность и новизна позволяют считать диссертационную работу Эльвиры Нофелевны Ахмедовой «Анализ вербальных и невербальных средств формирования метроэтнической личности в современном рекламном дискурсе (психолингвистический аспект)» соответствующей требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук согласно пп. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г., №842, с изменениями, которые утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 20 марта 2021 г. № 426, а ее автора заслуживающим присуждения ученой степени филологических наук по специальности 5.9.8 – теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки).

Рудакова Александра Владимировна, доктор филологических наук (специальность 10.02.19 – теория языка), доцент, заведующий кафедрой общего языкознания и стилистики ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Адрес организации: 394018, г. Воронеж, Университетская пл., д. 1

Официальный сайт: <https://www.vsu.ru>

Тел. 8(905)0515198

E-mail: a-rudakova@list.ru

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

18.11.2024



О т з ы в

об автореферате диссертации *Ахмедовой Эльвиры Нюфелевны*
«Анализ вербальных и невербальных средств формирования метротэнической личности в современном рекламном дискурсе (психолингвистический аспект)», представленной на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Диссертация Э.Н. Ахмедовой исследует влияние полимодального текста современной рекламы в качестве инструмента глобализации на морально-этическое сознание личности, формирующейся в контексте определённой национальной лингвокультуры, с позиций междисциплинарной и прежде всего психолингвистической парадигмы.

Актуальность темы работы не вызывает сомнений, поскольку в последнее время в российском обществе наблюдается заметный рост национального самосознания и запрос на так называемую «национальную идею», которую, как правило, связывают со стремлением к укреплению традиционных духовно-нравственных устоев и смыслов. С другой стороны, бесспорно и то, что молодое поколение россиян не собирается добровольно отказываться от выгод глобализации (в первую очередь от свободы выбора), зачастую игнорируя теневые стороны этого процесса, в том числе манипулятивное воздействие ориентированной в большей степени на западные ценности современной коммерческой рекламы. Отсюда, мы имеем дело с семиотическими, информационными процессами в сверхсложных открытых нелинейных системах – индивидуальном и массовом сознании, требующими дальнейшего изучения, особенно в их критических, неустойчивых состояниях.

С опорой на внушительную теоретико-методологическую базу, сопрягающую целый ряд гуманитарных подходов, в диссертации впервые исследуется трансформация морально-ценностного содержания сознания языковой личности – жителя мегаполиса под влиянием чужеродных стереотипов, получающих выражение в коммерческой рекламе с помощью различных вербальных и невербальных средств. Результаты изыскания дополняют и обогащают психолингвистическую теорию языковой личности, коммуникативно-прагматический анализ рекламного дискурса, лингвоаксиологическую модель сознания, и, таким образом, научная новизна, теоретическая и практическая ценность исследования совершенно очевидны.

Композиция диссертации хорошо продумана, подчинена строгой логике: от рассмотрения особенностей и функций рекламного дискурса в современном социуме, а также его роли в создании глобальной идентичности в первой главе автор закономерно переходит к контент-анализу отобранных рекламных текстов и ассоциативному эксперименту с представителями российской молодёжи во второй главе исследования. Репрезентативность и объём проанализированного материала (500 текстов и 500 реакций респондентов)

тов) позволяют считать сформулированные выводы и положения вполне убедительными и научно обоснованными.

Наш вопрос касается оценки содержания ключевых понятий метроэтнической идентичности и метроязыка как смешения языков. Изначально, в концепции Дж. Мэйера, метроэтничность и её атрибуты преподносятся как эстетическая игра с этнической принадлежностью, как психологическая свобода от этнической ортодоксальности и вызов сковывающему новые возможности прошлому, т.е. расцениваются в данной концепции весьма позитивно.

Верно ли, что автор диссертации не согласен с положительной коннотацией указанных терминов и видит в данных феноменах только угрозу базовым ценностям складывавшихся веками традиционных лингвокультур?

Судя по автореферату, 10 публикациям, из них 3 в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, диссертация Э.Н. Ахмедовой «Анализ вербальных и невербальных средств формирования метроэтнической личности в современном рекламном дискурсе (психолингвистический аспект)» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям в пп. 9–11 Положения о присуждении учёных степеней ВАК РФ. Содержание диссертации отвечает паспорту специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика в пп. 4, 9, 24, а её автор заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук.

27.11.2024г.

Доктор филологических наук
(специальность 10.02.19 – Теория языка),

доцент, профессор кафедры теории
английского языка и переводоведения

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского»

 С.А. Чугунова

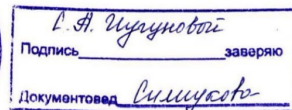
Почтовый адрес: 241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, д. 14

E-mail: bryanskgu@mail.ru

Тел.: (4832) 66-65-38, 66-63-53

Официальный сайт: <https://brgu.ru/>

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



ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Ахмедовой Эльвиры Нофелевны
«Анализ вербальных и невербальных средств формирования
метроэтнической личности в современном рекламном дискурсе
(психолингвистический аспект)», г. Москва, 2024, представленной на
соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности
5.9.8. - Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная
лингвистика

Диссертационное исследование Ахмедовой Эльвиры Нофелевны посвящено изучению вербальных и невербальных средств, используемых в рекламном дискурсе. Не вызывает сомнения *актуальность* работы, связанная с необходимостью изучения нового типа языковой личности (личности «метроэтнической») в условиях антропоцентричности современной науки о языке и повсеместных процессов глобализации. В связи с этим представляется интересным рассмотрение влияния современной городской рекламы на содержание уровней структуры языковой личности и на постепенную трансформацию личности национальной в личность метроэтническую в аспекте формирования системы индивидуальных ценностей, основанных на национальных культурных традициях.

Таким образом, *научная новизна* работы определяется попыткой обоснования влияния языка рекламы мегаполиса на формирование ценностей нового культурно-психологического типа личности, а также установлением степени манипулятивного воздействия рекламного дискурса на содержание структуры национальной языковой личности.

Теоретическая значимость исследования Э.Н. Ахмедовой заключается в том, что полученные результаты вносят определенный вклад в дискуртологию, в том числе в исследование полимодальных дискурсивных жанров, лингвокультурологию, аксиологию, психолингвистику.

Проведенное диссертационное исследование имеет и очевидную *практическую ценность*. Собранный и проанализированный автором практический материал, а также полученные выводы могут быть использованы как в преподавании целого ряда теоретических и практических дисциплин лингвистического цикла, так и при подготовке научно-исследовательских работ.

Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, включающего 267 наименований (из которых 260 – научная литература на русском и иностранных языках), двух приложений. Структура и композиция работы соответствует поставленным во введении целям и задачам исследования.

Достоверность полученных результатов, отраженная в тексте автореферата, подтверждается значительным по объему практическим материалом (500 рекламных текстов и 500 реакций респондентов, размещенных в свободном доступе в сети Интернет); надежной теоретико-методологической базой, представленной трудами ведущих отечественных

специалистов в области общепсихологической теории деятельности и культурноисторической теории, постнеклассической философии, психолингвистики и психосоциолонгвистики, дискурсологии, теории ценностей; комплексным характером анализа содержания слов, а также апробацией на шести научных конференциях различного уровня. Результаты диссертационного исследования достаточно полно отражены в автореферате и десяти научных публикациях автора, из которых три статьи были опубликованы в научных изданиях, рекомендованных экспертным советом ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации.

Автореферат свидетельствует, что диссертация «Анализ вербальных и невербальных средств формирования метроэтнической личности в современном рекламном дискурсе (психолингвистический аспект)» написана на соответствующем научном уровне и полностью отвечает требованиям п.п. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года, № 842, а Ахмедова Эльвира Нофелевна, представившая результаты научного исследования, заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. - Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

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

Кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры русского и иностранных языков
ФКОУ ВО «Вологодский институт права и
экономики Федеральной службы
исполнения наказаний»

Беру

«10» октября 2024 г.

Адрес организации:

160002, г. Вологда, ул. Щетинина, д. 2,
Телефон рабочий: (8172) 53-01-03, доб. 127;
эл. почта: helenvorobyova@mail.ru

Подпись Воробьевой Е. Н. заверю
аппенект одиенние ка...
военного состава...
РМБД ФСК России
наибав вл. с...
10.10.2021



Володине Л. С.

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Ахмедовой Эльвиры Нофелевны
«Анализ вербальных и невербальных средств формирования метроэтнической
личности в современном рекламном дискурсе
(психолингвистический аспект)»,

представленной на соискание учёной степени

кандидата филологических наук по научной специальности

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика
(филологические науки)

Диссертация, результаты которой представлены в автореферате, посвящена рассмотрению языковых и неязыковых средств, используемых в рекламном дискурсе, и анализу их влияния на современную языковую личность в контексте интенсивного воздействия на неё культурных, социальных, языковых и прочих процессов, связанных с глобализацией. Необходимо отметить, что выбор темы исследования предполагает решение сложных проблем, касающихся выявления и анализа вербальных и невербальных средств, с помощью которых через рекламный дискурс транслируются ценности и нормы метроэтничности, смысловое содержание которых расходится с общими культурными ценностями и традициями, исторически сложившимися в российском обществе и входящими в высший мотивационный уровень общенационального языкового типа.

Знакомство с авторефератом Э.Н. Ахмедовой позволяет утверждать, что поставленные задачи решены и автором представлена интересная работа как в теоретическом, так и в практическом отношении.

Теоретическая значимость исследуемой темы не подлежит сомнению, т.к. в диссертации развита и дополнена психолингвистическая теория речевого воздействия, выявлены вербальные и невербальные средства, используемые в рекламном дискурсе и позволяющие конструировать унифицированную языковую личность. Данный тип личности пользуется метроязыком и под внешним воздействием утрачивает смыслы, характерные для носителей русской лингвокультуры, которые заключены в словах, обозначающих ценности. Практическая направленность исследования также неоспорима: в работе рассмотрены механизмы, способы влияния и особенности формирования современной языковой личности посредством основных «агентов» глобализации, а именно рекламного дискурса.

Научную новизну характеризует доказательство гипотезы о том, что через вербальные и невербальные средства, используемые в современной рекламе мегаполиса, непосредственно связанной с глобализационными процессами, транслируются ценности, соответствующие нормам метроэтничности; определение степени влияния рекламного дискурса на содержание структуры национальной языковой личности. Нельзя не согласиться с утверждением автора об актуальности исследования, мотивируемого вопросом о том, какие вербальные и невербальные средства используются в рекламном дискурсе для трансляции ценностей, отражающих нормы метроэтничности и обуславливающих изменения на прагматическом уровне языковой личности, включающем в себя национально-культурный аспект.

Вызывают одобрение положения, выносимые на защиту, чётко соотнесённые с задачами исследования. Хотелось бы также отметить логику изложения и

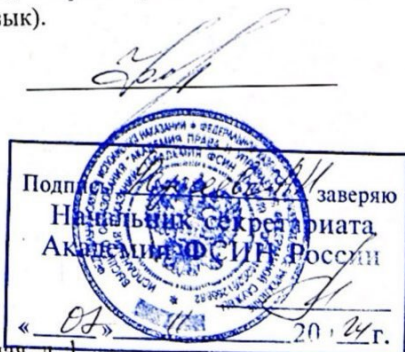
чёткость в формулировке задач и основных результатов работы. Структура диссертации оптимальна: за рассмотрением рекламного дискурса как средства формирования нового типа языковой личности следует экспериментальное исследование вербальных языковых средств формирования метрозничной личности. Достоверность выводов и эрудицию автора обеспечивает привлечение большого объема научно-исследовательской литературы по теме диссертации, обоснованность исходных теоретико-методологических позиций, репрезентативность материала.

Работа открывает возможность применения её результатов – теоретической базы, контент-анализа рекламных текстов, ассоциативного эксперимента, выявляющего актуальные ценностные ориентиры современной молодёжи, – к другим объектам психолингвистических исследований.

В целом на основании изученного автореферата диссертационного исследования «Анализ вербальных и невербальных средств формирования метрозничной личности в современном рекламном дискурсе (психолингвистический аспект)», представленного на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика, можно заключить, что оно носит завершённый характер, имеет теоретическую и практическую значимость, отвечает требованиям пп. 9, 10, 11, 13, 14 действующего Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого постановлением Правительства Российской Федерации 24.09.2013 №842, при этом сам соискатель – Ахмедова Эльвира Нофелевна – заслуживает присуждения искомой учёной степени кандидата филологических наук по указанной специальности.

Отзыв составлен Л.Н. Федосеевой, доктором филологических наук, доцентом (специальность 10.02.01 – Русский язык).

«07» ноября 2024 г.



Информация об авторе отзыва:

Федосеева Лариса Николаевна

Почтовый адрес: 390000, г. Рязань, улица Сениная, д. 1

Телефон: (4912) 93-82-17

Адрес электронной почты: kaf-inyaz-academy@yandex.ru

Место работы: федеральное казенное образовательное учреждение высшего образования «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний»

Должность: профессор кафедры русского и иностранных языков

Я, Федосеева Лариса Николаевна, даю согласие на обработку моих персональных данных, их хранение и использование в документах, связанных с защитой указанной диссертации.