

"УТВЕРЖДАЮ"

Первый проректор-
проректор по научной работе РУДН
доктор медицинских наук, профессор, член-корр. РАН
А.А. Костин
15.09.2022



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов» (РУДН) на основании решения, принятого на заседании кафедры теории и истории журналистики филологического факультета.

Диссертация «Языковая игра в коммерческой наружной рекламе: на материалах российских и англоязычных текстов» выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета РУДН.

Хамид Муса Мохамед Альсадиг, 01 января 1992, гражданин Судана, с 2019 по 2022 гг. обучался в аспирантуре по программе подготовки научно-педагогических кадров по направлению 42.06.01 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, соответствующему научной специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика, по которой подготовлена диссертация на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета РУДН.

В настоящее время Хамид Муса Мохамед Альсадиг работает ассистентом кафедры иностранных языков, факультета гуманитарных и социальных наук ФГСН РУДН.

Документ о сдаче кандидатских экзаменов выдан в 2022 году в Российском университете дружбы народов (РУДН).

Научный руководитель – Базанова Анна Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН.

Тема диссертационного исследования была утверждена на заседании Ученого совета филологического факультета РУДН 12.09.2019, протокол №3.

По итогам обсуждения принято следующее заключение:

Кандидатская диссертация представляет собой самостоятельное научное исследование, выполнена на высоком уровне, характеризуется актуальностью, научной новизной, имеет теоретическую и практическую значимость.

Личное участие соискателя в получении результатов, изложенных в диссертации, заключается в разработке темы, определении цели, постановке задач, обозначении объекта исследования, выдвижении гипотезы и положений, выносимых на защиту, подборе теоретических источников и их

аналитическом обзоре, подборе и изучении эмпирического материала, установлении методологии исследования, описании результатов исследования. Выводы являются самостоятельными, полными и оригинальными.

Степень достоверности результатов проведенных исследований обусловлена опорой на труды авторитетных российских и зарубежных исследователей в области классификации и способов использования языковых средств для воздействия на потребителей, таких как языковая игра в современных российских и англоязычных текстах коммерческой наружной рекламы. В процессе исследования использовано большое количество современных медиатекстов из российских СМИ и статистика по веб-сайтам.

Личное участие соискателя в получении результатов, изложенных в научно-квалификационной работе, состоит в том, что автор проанализировал и обобщил новые теоретические источники, что позволило научно оценить и описать материалы по особенностям языковой игры в коммерческой наружной рекламе на материалах российских и англоязычных текстов; выявил и сформулировал способы использования языковых средств для воздействия на потребителей; проанализировал специфику развития современного рынка наружной рекламы на мировой арене как синхронно, так и диахронно, и составил прогноз о том, что рынок испытывает на данном этапе и что ожидает его в ближайшем времени; определил способы и средства языковой игры в соответствии с разными уровнями языка из различных медиатекстов и их функции и особенности в различных российских текстах СМИ, при этом в соответствии со статусом развития наружной рекламы, в данной диссертации анализируется влияние технологической среды 5G на развитие наружной рекламы, а также обсуждается стратегия трансформации и модернизации креатива и коммуникации наружной рекламы на фоне технологии 5G, чтобы предоставить рекомендации для рекламной индустрии и соответствующих исследований.

Методологической основой исследования являются исторический, аналитический и сравнительный подходы, а также метод контент-анализа. Исторический подход позволяет исследовать и найти философское обоснование возникновения и содержания понятия «игра» и связь его с языком, описать появление и основное понятие языковой игры и ее механизма использования в медиатекстах и текстах наружной рекламы, тенденции развития рынка коммерческой наружной рекламы на протяжении длительного периода времени. Аналитический подход позволяет провести исследование основных особенностей современного использования языковых средств в медиатекстах и в текстах коммерческой наружной рекламы.

Научная новизна, характерная для ряда результатов, полученных автором: были выявлены и сформулированы способы использования языковых средств для воздействия на потребителей языковой игры в современных российско- и англоязычных текстах коммерческой наружной

рекламы, а также систематизированы наиболее часто встречающиеся приемы языковой игры в медиатекстах и текстах наружной рекламы. В данной диссертации впервые анализируется влияние технологий на развитие рынка наружной рекламы, а также обсуждается стратегия трансформации и модернизации креатива и коммуникации наружной рекламы с помощью технологии 5G.

Теоретическая значимость проведенных исследований обусловлена тем, что оно позволяет существенно расширить представление о наружной рекламе и ее развитии на основе прогрессивных технологий, о корреляции понятия наружного рекламного текста с медиатекстом, о языковой игре и возможностях ее осуществления и функционирования на различных уровнях языковой системы; способствует современному восприятию особенностей языковой игры современной российской и англоязычной рекламы. Выводы, сделанные в ходе работы, могут стать фундаментом для решения целого ряда острых и актуальных вопросов, которые возникают при изучении проблем современной рекламы.

Практическая ценность проведенных исследований заключается в том, что полученные результаты могут быть применены в практике преподавания курса «Реклама» в вузах, а также в рамках специальных курсов и спецсеминаров по специальностям «Реклама и Связи с общественностью», «Журналистика», «Цифровая коммуникация», «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Управление бизнесом». Материалы диссертации могут быть интересны критикам рекламного бизнеса как примеры эффективного и неудачного использования приемов языковой игры, а также тем, что результаты исследования могут найти применение при составлении учебных пособий по сравнительному типологическому анализу рекламных текстов российской и англоязычной рекламы, а также для ведения спецкурсов по вопросам рекламы и языковой игры, которые могут оказаться полезными для авторов рекламных текстов, студентов филологических факультетов и для потенциальных специалистов по рекламе. Содержащиеся в диссертации выводы и материалы могут быть использованы в семинарских и лекционных занятиях по стилистике русского языка, теории и практике перевода.

Диссертация соответствует следующим пунктам паспорта научной специальности 5.9.9 – «Медиакоммуникации и Журналистика»: п.15. Журналистика как особый социальный институт общества. Истоки журналистики и динамика ее исторического развития; п.19. Журналистика в системе массовой коммуникации; п.20. Журналистика и общественное мнение: принципы и формы взаимодействия; п.31. Информационные потоки: источники, субъекты формирования. Структурирование информационных потоков; п.60. Журналистский текст, его особенности, законы построения, типологические и индивидуальные модификации, лингвистические и экстралингвистические аспекты.

Полнота изложения материалов диссертации в работах, опубликованных соискателем, подтверждается публикациями в ведущих

рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ/ РУДН - 3; а также в научных сборниках тезисов и материалов конференции по теме исследования - 5.

Текст диссертации был проверен через систему «Антиплагиат». Некорректных заимствований обнаружено не было.

Диссертационная работа Хамид Муса Мохамед Альсадиг рекомендуется к публичной защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 – «Медиакоммуникации и журналистика».

Заключение принято на заседании кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН.

Присутствовало на заседании 14 чел.

Результаты голосования: «за» – 14 чел., «против» – 0 чел., «воздержалось» – 0 чел. Протокол № 01 от 31 августа 2022 г.

Председательствующий на заседании:

Заведующая кафедрой теории и истории журналистики доктор политических наук, проф.



Ел. В. Мартыненко

Подпись доктора политических наук, профессора Ел. В. Мартыненко удостоверяю.

Ученый секретарь Ученого совета филологического факультета РУДН
доцент



М. А. Рушина