

## Рецензия

на выпускную квалификационную работу

студентки 5 курса направления «Журналистика»

очно-заочной формы обучения Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ

Олюниной Анны Дмитриевны

на тему «Речевая партия рекламного персонажа в аудиовизуальной рекламе»

Исследование Олюниной Анны Дмитриевны посвящено актуальной на текущий момент теме - специфике использования невербальных и паравербальных элементов в аудиовизуальных рекламных сообщениях. Своевременность и востребованность проблематики дипломной работы, а также крайняя точность в определении ее предмета, не вызывают сомнения и видятся интересными к анализу и перспективными для дальнейшего прикладного применения.

С развитием современных средств коммуникации и постоянно возрастающим объемом транслируемой информации, особенно важным является получение рекламного сообщения реципиентом и его последующее воздействие на адресата. В этом плане весьма целесообразной и нетривиальной видится цель дипломной работы Олюниной Анны Дмитриевны, заключающаяся в изучении способов актуализации коммуникативной позиции эго-состояний в речевых партиях рекламных персонажей. Объектом же работы выступают коммерческие рекламные ролики.

Автор ставит перед собой ряд важнейших задач, предметная область которых выходит далеко за пределы рекламы, и напрямую затрагивает смежные сферы деятельности – психологию и психолингвистику в частности. Помимо очевидной актуальности и практической значимости, к достоинствам дипломной работы Олюниной Анны можно отнести ясность изложения, которая обеспечивается композиционной завершённостью текста и логичностью высказываний.

Особого внимания заслуживает раздел дипломной работы, посвященный способам актуализации коммуникативных позиций эго-состояний на примере аудиовизуальной рекламы (с. 34). Автор анализирует реальные рекламные сообщения известных мировых и российских брендов с позиции вербальных, невербальных и паравербальных компонентов. Выводы, к которым приходит диссертант в конце, вполне последовательны и обоснованы, и будут интересны к ознакомлению широкому кругу лиц – специалистам по рекламе и PR, лингвистам, психологам, а также всем, кто хочет расширить свой кругозор и получить новые знания в области современных тенденций аудиовизуальной рекламы. Библиографический список данной дипломной работы также представляет самостоятельную ценность как справочный материал для дальнейшего изучения и проработки соответствующих вопросов.

В порядке критики перечислим ряд замечаний. Несмотря на в целом хороший уровень грамотности, в тексте дипломной работы местами наблюдается путаница с запятыми. Отдельно хотелось бы отметить, что на стр. 21 автор перечисляет ряд типичных рекомендуемых позиций («масок») в рекламном тексте и проводит, казалось бы, интересную корреляцию с некоторыми эго-состояниями Берна, но, к сожалению, конкретный пример такого рекламного сообщения иллюстрируется только для одной позиции - информатора (соотносится с эго-состоянием Взрослый). Хотелось бы ознакомиться и с другими наглядными примерами по остальным

«маскам». Также складывается ощущение, что в разделе заключения (с. 56) автором не до конца раскрыт дальнейший потенциал и востребованность проведенного исследования. Было бы нелишним более развернуто и обоснованно подчеркнуть прикладную значимость работы, а также расширить круг тех лиц, для кого наработанные материалы могут представлять интерес. Впрочем, такого рода примеры не снижают значимости проведенного исследования. И в целом работа имеет высокую степень самостоятельности, написана вполне хорошим языком и оформлена надлежащим образом. Все указанные во введении задачи выполнены в полной мере.

В заключение следует отметить, что, дипломная работа Олюниной Анны Дмитриевны производит впечатление завершенной, целостной и, что не маловажно, имеет практический интерес; она соответствует предъявляемым квалификационным требованиям, может быть допущена к защите и заслуживает высокой положительной оценки.

Литвинова Мария Анатольевна,  
начальник отдела по связям с общественностью  
ПАО «Энергомашбанк»

