

Председателю совета по защите диссертаций
на соискание ученой степени кандидата наук,
на соискание ученой степени доктора наук
33.2.007.03 ФГБОУ ВПО «Волгоградский
государственный социально-педагогический
университет», доктору филологических наук,
профессору Е.В. Брысиной

Уважаемая Евгения Валентиновна!

Я, Чубай Светлана Анатольевна, сообщаю о согласии выступить в качестве официального оппонента по диссертации Салыновой Ольги Васильевны на тему: «Этнолингвистические особенности рекламного текста и эргонимов Калмыкии», представленной к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки).

По теме рассматриваемой диссертации имею 15 научных работ (список прилагается).

Приложение: на 3 л. в 1 экз.

10.09.2024 г.

Чубай Светлана Анатольевна



Приложение

Сведения об официальном оппоненте
 Чубай Светлане Анатольевне
 по кандидатской диссертации Салыновой Ольги Васильевны на тему
 «Этнолингвистические особенности рекламного текста и эргонимов
 Калмыкии» по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России
 (филологические науки)

Место работы (полное и сокращенное наименование организации в соответствии с уставом, ведомственная принадлежность)	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет» (ФГАОУ ВО «ВолГУ»)
Ученая степень (д.филол.н. / к.филол.н.) Ученое звание (профессор / доцент)	к. филол. н. доцент
Адрес места работы (с указанием почтового индекса)	400062, г. Волгоград, проспект Университетский, 100
Адрес официального сайта организации	https://volsu.ru/
Телефон	(8442) 46-02-80
Адрес электронной почты	iryas@volsu.ru
Специальность, по которой защищена диссертация	10.02.01 – русский язык
Тема диссертации	Диалогичность современной политической рекламы
Членство в экспертном совете ВАК (да/нет)	нет
Список основных публикаций в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет	1. Чубай, С.А. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: риторический анализ плакатов социальной тематики. Монография / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай. Москва: Русайнс, 2020. –278 с. ISBN: 978-5-4365-5685-7 2. Чубай, С.А. Принципы классификации социальной рекламы / С.А. Чубай // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – 2020. – № 11 (67). – С 119–128. 3. Чубай, С.А. Тематический состав плакатов социальной рекламы как отражение приоритетов государства в области

- социальной политики / С.А. Чубай // Цифровизация и глобализация мировой науки и техники: новые исследовательские методы и подходы. Материалы V Международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 183–189.
4. Чубай, С.А. Система ценностей социальной рекламы / С.А. Чубай // Современные проблемы цивилизации и устойчивого развития в информационном обществе. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 180–189.
5. Чубай, С.А. Роль контраста в дискурсе социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // «Наука, технологии, инновации в мире глобальных трансформаций: материалы IX Международной научно-практической конференции: в 2-х ч. Ч-1. – Ростов-на-Дону: изд-во Южного университета ИУБиП, 2021. – С. 181–192.
6. Чубай, С.А. Принципы формирования системы ценностей социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2021. Т. 1. – № 4 (36). С. 65–74.
7. Чубай, С.А. Особенности использования контраста в дискурсе социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Мир русского слова. 2021. № 3. С. 22–31.
8. Чубай, С.А. Оценочные суждения как средство манипуляции в дискурсе социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2021. Т. 1. – № 1 (34). – С. 91–99.
9. Чубай, С. А. Блендинг как прием повышения эффективности социальной рекламы / Т. В. Анисимова, Н. К. Пригарина, С. А. Чубай // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 1. – С. 30–43.
10. Чубай, С.А. Интертекстуальность как средство выразительности в дискурсе

социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Неофилология. 2022. Т. 8, № 3. С. 482-495.

11. Чубай, С.А. Роль визуального компонента в создании стилистических фигур речи на плакатах социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2022. № 2. С. 192–205.

12. Чубай, С.А. Особенности использования стилистических фигур в дискурсе социальной рекламы / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2022. Том 15. № 4. С. 5–14.

13. Чубай, С. А. Прецедентные тексты как средство повышения эффективности социальной рекламы / Т. В. Анисимова, С. А. Чубай // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2023. – Т. 22, № 2. – С. 122–139.

14. Чубай, С.А. Принципы разграничения речевых жанров, выражающих положительную оценку / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 519-533.

15. Чубай, С. А. Средства выразительности в социальной рекламе о пользе чтения / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 1. С. 5–19.

Ученый секретарь ФГАОУ ВО
«Волгоградский государственный университет»



Лисовская

Н.В. Лисовская