

Научный руководитель:

Тулупов Владимир Васильевич

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Воронежский государственный университет»

Ученая степень, специальность, по которой защищена диссертация; ученое звание, должность: доктор филологических наук, 10.01.10 – журналистика; профессор; заведующий кафедрой рекламы и дизайна факультета журналистики.

Почтовый адрес: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40а, к. 103

Рабочий телефон: + 7 (473) 274-52-71

Адрес электронной почты: vlvtul@mail.ru

Официальные оппоненты:

Васильев Сергей Леонидович

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Балтийский федеральный университет им. И. Канта»

Ученая степень, специальность, по которой защищена диссертация; ученое звание, должность: доктор филологических наук, 10.01.10 – журналистика; доцент, профессор кафедры политики, социальных технологий и массовых коммуникаций.

Почтовый адрес: 236022, г. Калининград, ул. Чернышевского, 56, Институт социально-гуманитарных технологий и коммуникации, кафедра политики, социальных технологий и массовых коммуникаций.

Рабочий телефон: (84012) 595 595, добавочный 2009.

Адрес электронной почты: wasiljewsl@mail.ru

Список основных публикаций оппонента Васильева С.Л. в рецензируемых изданиях по теме исследования за последние 5 лет (2010-2014):

1. Васильев С.Л. О восприятии отдельной публикации в периодическом издании / С.Л. Васильев // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – Пятигорск, 2010. – №1. – С.188–190.
2. Васильев С.Л. Аппарат ориентирования читателя в периодическом издании: структура, задачи, инструменты / С.Л. Васильев // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – Екатеринбург, 2010. – №3 (78). – С.145–159.
3. Васильев С.Л. О некоторых свойствах и тенденциях развития формы периодического издания / С.Л. Васильев // Вестник Воронежского университета. Филология и журналистика. – Воронеж, 2011. – №1. – С.115–118.
4. Васильев С.Л. Межполевая зона вопросительно-побудительной модальности в текстах интервью/ С.Л. Васильев, Н.А. Пробст // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2 Языкознание. – Волгоград, 2013. – № 1. – С.156–159.
5. Васильев С.Л. Роль экспликаторов модальных значений в построении газетного заголовка (на примере новостных заметок) / С.Л. Васильев, А.И. Александрова // Вестник Балтийского федерального университета. Филологические науки (филология и лингвистика). – Калининград, 2013. – № 8. – С. 24–29.
6. Васильев С.Л. Ориентирующая функция газетного заголовка как ключевой компонент его прагматики/ С.Л. Васильев, А.И. Александрова // Вестник Балтийского федерального университета. Филологические науки (филология и лингвистика). – Калининград, 2014. – № 8. – С. 62–67.

Ежова Елена Николаевна

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет»

Ученая степень, специальность, по которой защищена диссертация; ученое звание, должность: доктор филологических наук, 10.01.10 – журналистика; профессор, заведующий кафедрой средств массовой информации.

Почтовый адрес: 355017, г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1а (корпус 1), каб. 311

Рабочий телефон: (8652) 35-34-02, добавочный 4240

Адрес электронной почты: ezhova.elena1@gmail.com

Список основных публикаций оппонента Ежовой Е.Н. в рецензируемых изданиях по теме исследования за последние 5 лет (2010-2014):

1. Ежова Е.Н. Медиа-рекламная картина мира как артефакт культуры: симбиоз СМИ и рекламы / Е.Н. Ежова // Культурная жизнь Юга России. – Краснодар, 2010. – № 1 (35). – С. 84–86.
2. Ежова Е.Н. Картины мира в СМИ: типология, функциональность, каналы трансляции / Е.Н. Ежова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология, журналистика. – 2010. – №. 2. – С. 135–141.
3. Ежова Е.Н. Медиа-рекламная картина мира: проблема социальной ответственности рекламы / Е.Н. Ежова // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2011. – № 76 (5). – С. 54–63.
4. Ежова Е.Н. «Честным быть выгодно»: трансформация ценностей российского общества в медийно-рекламном дискурсе / Е.Н. Ежова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – №1 (34). – Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2013. – С. 158–162.
5. Ежова Е.Н. «Выходные будут длиться бесконечно»: концепция времени в медиа-рекламной картине мира / Е.Н. Ежова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – № 4 (37). – Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2013. – С. 132–137.

Ведущая организация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кубанский государственный университет»

Почтовый адрес: 350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Рабочий телефон: 8(861)219-95-01

Адрес электронной почты: rector@kubsu.ru

Список основных публикаций ведущей организации в рецензируемых изданиях по теме исследования за последние 5 лет (2010-2014):

1. Факторович А.Л. О специфике континуальности и дискретности в современном медийном пространстве: журналистские и рекламные тексты / А.Л. Факторович // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – Майкоп, 2012. – Вып. 1. – С. 100–103.
2. Лучинский Ю.В. Сокращение сектора деловой прессы как фактор оптимизации информационного рынка России / Ю.В. Лучинский // Научная мысль Кавказа. Научный и общественно-политический журнал. – Ростов-на-Дону, 2012. – №1. – С.149–152.
3. Осташевский А.В. Проблема ложности семантических знаков в рекламном тексте / А.В. Осташевский // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – Майкоп, 2012. – Вып. 1. – С. 80–83.
4. Кравченко Н.П. Реализация новых функций журналистики в государственных СМИ / Н.П. Кравченко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Филология и искусствоведение». – Майкоп: АГУ, 2010. – Вып.3. – С. 78-84.
5. Морозова, Т.А. Культурно-исторические объекты города как имиджформирующий ресурс для продвижения в СМИ / Т.А. Морозова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Филология и искусствоведение» – Майкоп: Изд-во АГУ, 2010. – Вып.4. – С. 57–61.

6. Морозова, Т.А. Персональный брендинг личности в рекламной профессиональной среде / Т.А.Морозова // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2011. – № 7, Часть 1. – С. 129–134.