

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Старыгиной Натальи Феликсовны «Категория адресанта в рекламном тексте (на материале рекламных объявлений российской сферы туризма)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Диссертационное исследование Старыгиной Н.Ф. демонстрирует многоаспектный подход к анализу туристических рекламных текстов, спецификой которых, как убедительно доказывает диссертант, являются семантико-прагматические особенности адресанта в туристических рекламных объявлениях.

Актуальность темы, выбранной диссертантом, не вызывает сомнения, поскольку:

во-первых, можно говорить о социальной значимости объекта рассмотрения - туристического рекламного текста, репрезентирующего предметную область «Туризм» (особенно в условиях Российской Федерации, где реализация намечаемых программ в области туризма, судя по основным параметрам, носит потенциальный характер);

во-вторых, интегрированный ракурс рассмотрения функционального пространства туристических текстов (реально-семантического и семантико-прагматического) не только расширяет масштаб анализа избранной сферы, но и делает его отвечающим требованиям современной науки о языке;

в-третьих, находясь в сопряжении и отражая социальную область организации рекламы, диссертационное исследование, судя по автореферату, создаёт дополнительные предпосылки для более глубокого анализа рекламных дискурсов в сфере туризма как особого лингвокультурного образования.

Избранные автором методы исследования определены спецификой объекта и предмета рассмотрения, а также поставленными задачами. Для их решения в качестве основных использовались методы научного описания, обобщения, систематизации и классификации результатов исследования.

Важно отметить, что применение специальных методов зависело от этапа исследования. Так, на этапе сбора материала использовался метод сплошной выборки туристических рекламных объявлений; на этапе анализа материала – контекстологический и компонентный анализы функционально-семантических категорий, метод моделирования, метод статистической обработки данных и др.

На наш взгляд, кажется правильным, что отбор лексического материала производился автором на основе источников, отражающих современное

состояние русскоязычной рекламы в туризме (1000 публикаций из журналов и газет «Вояж и отдых», «Туризм и отдых» «Семь дней», «Выбирай», «Турбизнес», «Телесемь», «Телемир», «Наш дом», «Наша газета»).

Не вызывает сомнения, что работа выполнена на высоком теоретическом уровне, логично структурирована, в каждой главе решаются поставленные задачи, что представлено в выводах. Диссертант демонстрирует высокое владение терминологическим аппаратом, знание важнейших теоретических работ в области лингвистики текста, в том числе и рекламного текста в сфере туризма.

С практической точки зрения, результаты исследования могут быть использованы в процессе преподавания некоторых учебных дисциплин по направлению 43.03.00 «Сервис и туризм».

Судя по реферату, рецензируемая работа, на наш взгляд, отвечает требованиям ВАК РФ, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, а ее автор, Старыгина Наталья Феликсовна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 - русский язык.

Доцент филиала
Южного федерального университета
в г. Геленджике, к.филол.н.

О.П. Каребина

Подпись доцента О.П.Каребиной заверяю

Директор филиала
Южного федерального университета
в г. Геленджике, к.филол.н.



О.А. Фоменко

03.12.2020

Контактная информация рецензента:

353466, г. Геленджик, ул.Зеленая, д.4,

тел.: +7 (928) 035 6115,

e-mail: karebina@yandex.ru

OKarebina@sfedu.ru