

ОТЗЫВ

научного руководителя
доктора филологических наук, доцента
Шелестюк Елены Владимировны
о диссертации Старыгиной Натальи Феликсовны
«Категория адресанта в рекламном тексте (на материале рекламных объявлений
русской сферы туризма)» на соискание ученой степени кандидата наук по
специальности 10.02.01 – русский язык

Тема и содержание диссертации Старыгиной Н. Ф. «Категория адресанта в рекламном тексте (на материале рекламных объявлений русской сферы туризма)» соответствуют специальности 10.02.01 – русский язык, по которой она представляется к защите. Материалы диссертации полно отражены в работах, опубликованных соискателем. Требование о публикации основных научных результатов выполнено (27 публикаций, 5 публикаций из Перечня ВАК для кандидата наук).

Актуальность исследования обусловлена востребованностью изучения структурных, функциональных и языковых особенностей рекламных текстов, перспективностью и важностью изучения туристических рекламных текстов с точки зрения их семантической организации и параметризации.

Новизна диссертации определяется комплексным изучением адресанта как функционально-семантической категории туристического рекламного текста, а также многоаспектным исследованием рекламного текста сферы туризма с позиции семантико-прагматической организации.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что оно вносит вклад в понимание функционально-семантических характеристик рекламного объявления и особенностей семантико-прагматического пространства адресанта в нем.

Практическая ценность исследования состоит в том, что его результаты могут найти применение в университетских курсах лингвистики текста, лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, межкультурной коммуникации, лингвистики рекламного текста и др.

Текст диссертации оригинален. Работа обладает целостностью и внутренним единством, отличается основательностью проработки теоретического материала, логичностью, убедительностью выводов.

В первой главе «Русский рекламный текст в сфере туризма как предмет изучения» выявлены структурно-семантические и функционально-семантические особенности рекламного текста, охарактеризовано рекламное объявление как один из жанров рекламного текста, рассмотрены аспекты изучения рекламного текста в сфере туризма, определено семантико-денотативное и семантико-прагматическое пространство туристического рекламного текста, описаны их категории. Во второй главе «Категория адресанта в русском рекламном туристическом объявлении (функционально-семантический и функционально-прагматический аспект)» понятие «адресант» сопоставлено со смежными понятиями в туристическом рекламном тексте, выявлены содержательно-структурные компоненты категории адресанта в ТРТ, проведен анализ нейминговых реквизитов адресанта-турпредприятия, включая прагматонимы, номенклатурные имена, справочные и юридические реквизиты адресанта. В третьей главе «Категории турпродукта и адресата как средства характеристики адресанта в туристическом рекламном тексте» в связи с характеристикой адресанта рассмотрены характерные особенности турпродукта, конкретизированы особенности услуг перемещения, размещения, питания, факультативных услуг, определены темпоральные, локативные свойства турпродукта, его качественность, деривационно-коннотативный потенциал его языковой репрезентации, описаны тропы и изобразительно-выразительные средства туристического рекламного текста; также описана категория адресата как средство характеристики адресанта в туристическом рекламном тексте. В каждой из глав содержится ряд параграфов, последовательно раскрывающих содержание главы.

Достигнуты следующие результаты: 1) показано, что языковая концептуализация компании определяет особенности семантических единиц

рекламных посланий, направленных на формирование мнения и оценок потребителей; 2) выявлено, что среди трех компонентов ТРТ особую роль играет адресант (турпредприятие), влияющий на образ турпродукта (услуги) и адресата (потребителя); 3) определены важнейшие характеристики адресанта: нейминговые, справочные и юридические реквизиты – и их процентное соотношение; 4) выделены три основных модели номинации прагматонимов: идентифицирующая, условно-символическая и символическая; 5) выявлены особенности турпродукта (объекта рекламы), описана его фреймовая структура; 6) через эксплицитные и имплицитные указания выявлена типизация адресата в семантическом пространстве ТРТ.

Выводы диссертанта имеют научную ценность, положения, выносимые на защиту, доказаны. Диссертационное исследование свидетельствует о значимом личном вкладе автора диссертации в науку. Мы полагаем, что диссертация Н. Ф. Старыгиной соответствует требованиям Положений ВАК, а соискатель достоин присвоения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Научный руководитель,
д. филол. н., доцент,
профессор кафедры теоретического
и прикладного языкознания
ФГБОУ ВО
«Челябинский государственный университет»

Шелестюк Е.В.

Почтовый адрес: 454001, г. Челябинск,
ул. Братьев Кашириных, 129
Электронный адрес: hvshel@csu.ru
Тел.: 89514657901



Прошу Шелестюк Е.В.
удостоверить
Научными оценками
Н.Ф. Старыгина Н.А. Зудова

«03» сентября 2020 г.

Сведения о научном руководителе

Фамилия, имя, отчество	Шелестюк Елена Владимировна
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень	доктор филологических наук
Ученое звание	доцент
Специальность, по которой защищена диссертация	10.02.19 — теория языка
Основное место работы	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет»
Почтовый индекс, адрес, веб-сайт, телефон, адрес электронной почты организации	454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; www.csu.ru; тел. +7 (351) 799-70-01; e-mail: odou@csu.ru
Телефон, адрес электронной почты научного руководителя	89514657901, hvshel@csu.ru
Наименование подразделения	кафедра теоретического и прикладного языкознания
Должность	профессор

Список публикаций в рецензируемых научных изданиях по специальности 10.02.19 — теория языка (за последние 5 лет):

1. Шелестюк Е.В., Гриценко Э.Д. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки // Вестник Челябинского государственного университета. — 2016. — № 24 (386). — С. 202-207.
2. Шелестюк Е.В. Опыт описания концептуального состава корпуса поэтических произведений о Великой Отечественной войне // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. — № 1 (69). — С. 208—216.
3. Шелестюк Е.В., Москвина Е.А. Концептуальный состав американского популярно-психологического дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. — 2017. — № 29 (405). — С. 83—95.
4. Шелестюк Е.В., Яковлева Е.С. Перевод как речевая деятельность: когнитивно-психолингвистический подход // Когнитивные исследования языка. — 2018. — № 234. — С. 891—895.
5. Шелестюк Е.В., Будейко В.Э. Языковое развитие: философско-лингвистический подход // Вестник Челябинского государственного университета. — 2019. — № 21 (423). — С. 159—171.
6. Шелестюк Е.В., Яковлева Е.С. Когнитивно-психолингвистические парадигмы перевода как билингвальной речевой деятельности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2019. — № 210. — С. 279-290.
7. Суюмбаева А.Ж., Шелестюк Е.В. Проблемы переходной диглоссии и функционирование билингвизма в профессиональной коммуникации (на примере языковой ситуации в Республике Казахстан) // Вестник Челябинского государственного университета. — 2019. — № 210 (432). — С. 149-164.
8. Шелестюк Е.В. Проблемы двуязычия и трехязычия (на примере языковой ситуации в Индии) // Вестник Челябинского государственного университета. — 2019. — № 210 (432). — С. 205—215.
9. Шкарин Д.Л., Шелестюк Е.В. Аффирмация, молитва, ритм как дискурсивные практики: прагмалингвистический анализ // Культура и цивилизация. — 2019. — № 1-1. — С. 86—98.

Научный руководитель

Е.В. Шелестюк

02.11.2020



Прошу Шелестюк Е.В.
удостоверить
Качество оценки работ
Кудряш Н.А. Зубова