

ОТЗЫВ

об автореферате 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

Исследование Н.Ф. Старыгиной посвящено комплексному анализу категории адресанта в туристических рекламных объявлениях, рассматриваемому с позиции семантико-прагматической организации текстов подобного вида.

Актуальность работы предопределил повышенный интерес современной лингвистики к структурным, функциональным и языковым особенностям рекламных текстов сферы туризма, которые представляют собой важный элемент сложной многокомпонентной рекламной индустрии. В настоящее время вопросы описания, специфики проявления и оценки основных текстовых категорий туристической рекламы и их возможных корреляций изучены достаточно фрагментарно.

Диссертантом впервые проведено многоаспектное исследование рекламного текста сферы туризма с позиции семантико-прагматической организации. Предложенные стратификации и типологии позволили обнаружить актуальные модели, зафиксированные в туристическом рекламном тексте, согласно структурно-семантической характеристике:

– адресант (нейминговые, юридические, справочные реквизиты, их денотативно-прагматический потенциал);

– фрейм турпродукта (его облигаторные стопперы: лексико-грамматические маркеры прямых и косвенных номинаторов субфрейма «способ перемещения», в том числе темпорально-локативные, качественные, количественные характеристики; коннотативные дескрипторы слотов верхнего уровня «размещение» и «питание»; аксессуарные слоты нижнего уровня);

– адресат (целевые группы).

Вышесказанное определяет несомненную **научную новизну и теоретическую значимость** данного исследования.

Достоверность и научная корректность полученных автором результатов обусловлены солидной теоретической базой исследования и эффективным использованием современных методов анализа. Проанализирован обширный практический материал: 1000 русскоязычных рекламных объявлений, опубликованных в журналах и газетах «Вояж и отдых», «Туризм и отдых» «Семь дней», «Выбирай», «Турбизнес», «Телесемь», «Телемир», «Наш дом», «Наша газета» (2004 – 2019 гг.).

Практическая значимость диссертации обусловлена возможностью применить полученные результаты в учебном процессе высшей школы при

чтении таких лекционных курсов, как «Реклама в сервисе», «Реклама в туризме», «Межкультурная коммуникация», «Лингвистика рекламного текста» и др.

Материалы исследования представляют интерес для специалистов-копирайтеров, практиков турбизнеса.

Авторские выводы и умозаключения могут способствовать решению прикладных задач, в частности, созданию конкретной эффективной рекламы сферы туризма.

Таким образом, диссертация Старыгиной Натальи Феликсовны «Категория адресанта в рекламном тексте (на материале рекламных объявлений российской сферы туризма)», судя по автореферату, соответствует всем требованиям, предъявляемым к работам подобного рода, является законченным, самостоятельным научным исследованием.

Работа полностью соответствует критериям, установленным «Положением о присуждении научным и научно-педагогическим работникам ученых степеней и присвоении научным работникам ученых званий», утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842.

Автор диссертации Старыгина Наталья Феликсовна вполне заслуживает присуждения степени кандидата наук по специальности 10.02.01 – Русский язык.

Доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры
романо-германской и русской филологии
Сочинского государственного университета

Ворожбитова А.А.

Контактная информация:

354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 94,

Тел.: +7 (862) 264-85-03, e-mail: university@sutr.ru

