Отзыв

 выпускной квалификационной работе магистра лингвистики Чжан Лу

на тему:

«Структурно-семантические особенности текста социальной рекламы в современном русском языке»

 Работа Чжан Лу посвящена проблемам изучения рекламного текста, в частности, семантики и функционированию языковых средств в современных текстах социальной рекламы, что и обусловило несомненную актуальность данного исследования.

 Объектом исследования становятся тексты социальной рекламы, предметом – структурно-семантические особенности данных текстов в современном русском языке. Выявляя структурно-семантическую специфику, автор ставит перед собой ряд задач, которые успешно решаются в ходе работы. Одной из важнейших задач, на наш взгляд, становится классификация отобранных текстов социальной рекламы с точки зрения их композиционной и тематической специфики. Автор предлагает две классификации, что обусловливает научную новизну исследования.

 Структура ВКР обоснована задачами исследования. Она состоит из 2 глав, заключения, списка литературы, включающего наименований, и приложения, в котором представлена разработанная автором на основе современных рекламных текстов тематическая классификация и языковая специфика каждой тематической группы. Всего автором исследовано 133 текста социальной рекламы.

 В первой главе своего выпускного научного иследования соискатель рассматривает основные категории и понятия, принятые в работе, и предлагает обзор актуальных трудов по теме, демонстрируя серьёзность анализа каждого из обсуждаемых вопросов. Проработанная литература позволила автору исследования сделать выводы, которые легли в основу последующего практического анализа рекламных текстов.

 Во второй главе ВКР Чжан Лу анализирует тексты социальной рекламы с точки зрения их структуры и состава, языковой специфики. Исследование, проведённое во второй главе, является развёрнутым обоснованием выводов, представленных в конце работы.

 Представляется, что в перспективе эта тема может быть развита на более широком материале текстов социальной рекламы.

 Несомненна практическая значимость исследования для изучающих русский язык как иностранный, поскольку спецификой текстов социальной рекламы является «ориетир на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и к его нравственным ценностям».

 В целом работа Чжан Лу отвечает требованиям, предъявляемым к квалификационным работам магистра лингвистики, и заслуживает положительной оценки.

К.п.н., ст.преп. кафедры русского языка

 и методики его преподавания О.В. Анциферова