РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную магистерскую диссертацию Чжан Лу

 на тему:

 «Структурно-семантические особенности текста социальной рекламы

 в современном русском языке».

Магистерская диссертация Чжан Лу посвящена одной из актуальных тем современной русистики: современному рекламному тексту.

 Семантике и структуре рекламных текстов посвящено достаточно много исследований, что, однако, не даёт основания считать, что их классификация и значение получили однозначную научную интерпретацию. Ряд вопросов остаётся спорными, дискуссионными. Причина – трансформация современных рекламных текстов, как в плане содержания, так и в плане выражения.

 Поэтому актуальность исследования Чжан Лу очевидна и состоит в попытке определить структурно-семантические особенности современных рекламных текстов и предложить собственную классификацию.

 Большая теоретическая база (Н.Н. Кохтев, Е.В. Медведева, М.Н. Новиков, Я.Н. Романенко, М.В. Петрушко, В.И. Шаховский, М.В. Томская, Г.Г. Николайшвили, Ю.Ф. Оковитая, С.В. Подчасова и др.), убедительный иллюстративный материал, итоги анализа, представленные в таблицах и схемах, являются положительным моментом исследования.

 В работе предложен комплексный многоаспектный подход к изучению рекламных текстов и текстов социальной рекламы, в частности. Выявлены и описаны определённые структурно-семантические особенности, а также тематические и композиционные текстов социальной рекламы.

 Теоретическая серьёзность, объём анализируемого материала, тщательность описания, собственный комментарий заслуживают особого внимания. Перед нами логичное и грамотное исследование конкретных текстов социальной рекламы с серьёзными лингвистическими комментариями и выводами. Разработанная тематическая классификация фиксирует основные тематические блоки современной социальной рекламы и позволяет говорить о характерных тенденциях в обществе в целом. Процент допустимого цитирования, ссылок на другую научную литературу соответствует норме (11 %).

 При чтении у нас возникли лишь некоторые пожелания и вопросы:

1. В своей работе вы пишете о функциях, которые выполняет социальная реклама. Какая из них вам кажется ведущей в современном тексте социальной рекламы?

2. Вами выделены 4 периода в истории развития социальной рекламы. В чём, на ваш взгляд, заключается специфика нынешнего периода?

3. Дайте определение понятиям «слоган» и «заголовок» и проиллюстрируйте несколькими примерами трёхчастную структуру текста социальной рекламы.

Высказанное пожелание и вопрос не снимают научной ценности магистерской диссертации Чжан Лу. Рецензируемая работа оформлена с учётом существующих требований и рекомендаций. Это самостоятельное законченное исследование, имеющее теоретическую и практическую ценность. Содержание работы полностью соответствует заявленной теме. Структура работы обоснована целью и задачами исследования. Результаты анализа материала подтверждают гипотезу автора и положения выносимые на защиту. Они могут быть полезны в практике преподавания русского языка иностранцам, а также в курсах лекций по теории текста.

 Рецензируемая работа Чжан Лу на тему «Структурно-семантические особенности текста социальной рекламы в современном русском языке» заслуживает высокой положительной оценки.

Кандидат филологических наук

доцент кафедры русского языка

 и методики его преподавания

Ульяновского государственного университета О.Н. Горюнова