**ОТЗЫВ**

**научного руководителя о выпускной квалификационной работе**

**Остапенко Анастасии Игоревны**

 **«Сопоставительный анализ англоязычной и русскоязычной социальной рекламы»**

Исследование А.И. Остапенко выполнено в рамках сопоставительной стилистики, развивающегося направления современной лингвистической науки, которая в том числе занимается изучением жанровой дифференциации сравниваемых языков. Следует отметить, что на современном этапе отдельные жанры изучены недостаточно и требуют специального исследования. Это относится и к жанру социальной рекламы, которая имеет ряд существенных отличий от достаточно хорошо изученной коммерческой рекламы. Соответственно, тема выпускной квалификационной работы А.И. Остапенко представляется **актуальной** и обладающей **научной новизной**, её разработка вносит вклад как в развитие функциональной и сопоставительной стилистики, так и в исследование языка рекламы, а полученные результаты могут использоваться в лекционных и практических курсах по данным дисциплинам.

Как одно из **достоинств** работы можно отметить обширную теоретическую базу – 97 источников, 8 из которых – работы на иностранных языках. А.И. Остапенко успешно выполнила критический обзор научной литературы по исследуемой проблеме в теоретической главе своей дипломной работы, где она рассматривает понятие, функции и виды рекламы, стилевые черты и стилистические средства, характерные для рекламных текстов. Очень интересен подход к изучению социальной рекламы как креолизованного текста, как и сведения об истории становления данного жанра рекламы в англоязычном и русскоязычном сообществе.

В практической части работы автором проанализирован эмпирический материал в виде 125 англоязычных и 125 русскоязычных слоганов социальной рекламы. Проводится тематическая классификация слоганов, а также их анализ с точки зрения характерных для них фонетических, лексических, морфологических, синтаксических средств и стилистических фигур с последующим сопоставительным анализом. Помимо этого, А.И. Остапенко исследует типы невербальных компонентов, которые встречаются в социальной рекламе и описывает их стилистические функции.

В заключении обобщаются основные выводы исследования. Поставленные в работе задачи были успешно выполнены, и цель исследования достигнута. Проведенный анализ и изложение полученных результатов характеризуется убедительностью, логичностью и последовательностью.

Как научному руководителю, мне бы хотелось особо отметить самостоятельность проделанной работы, творческий подход к исследованию, добросовестность и целеустремленность, глубокие знания и общую научную эрудицию А.И. Остапенко, способность взглянуть на предмет исследования под новым непривычным углом.

Текст ВКР Остапенко Анастасии Игоревны прошел проверку через электронную систему Blackboard СПбГУ на выявление текстовых совпадений в тексте ВКР. Научный руководитель ознакомился с общим характером выявленных системой текстовых совпадений и отметил, что большая часть совпадений представляет собой корректное цитирование с указанием источника (пересказ цитаты без заключения в кавычки с указанием фамилии автора), цифровые знаки композиционной структуры (например, 2.1), названия научных работ и имена ученых, клише научной речи и термины.

Таким образом, выпускная квалификационная работа А.И. Остапенко представляет собой законченное самостоятельное исследование, соответствует всем требованиям, предъявляемым к дипломным работам выпускников филологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета, и заслуживает высокой оценки.

Старший преподаватель кафедры

английской филологии и перевода

филологического факультета СПбГУ к.ф.н. Н.П. Силинская