**РЕЦЕНЗИЯ**

**на выпускную квалификационную работу Е.А. Холманской**

**«Модели номинации в терминополе "интернет-реклама"»**

Изучение проблем терминологической номинации в активно развивающихся терминологических системах привлекает внимание исследователей как в рамках традиционной лингвистики так и прикладного терминоведения и представляет интерес, как в теоретическом, так и в практическомаспектах.Работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка использованной литературы, списка словарей, списка источников примеров и перечня сокращений.Предметом изучениярецензируемого исследования является постоянно обновляющаяся терминология англоязычной интернет-рекламы. Материал исследования составляет репрезентативной выборки, включающая 330 терминологических единиц собранных из актуальных глоссариев и отраслевых текстов последних трех лет.

В первой главе ВКР дана общая характеристика термина как единицы терминологического поля, изложены основные закономерности организации разных видов терминов, рассмотреныактуальные подходы к изучению понятий «модель терминологической номинации», «терминологический фразеологизм», дана характеристика терминологии интернет-рекламы в целом. В целом в первой главе представлен теоретический аппарат, необходимый для анализа эмпирического материала.

Во второй главе ВКР проанализированы модели номинации в терминополе «интернет-реклама», включая семантические, морфологические, синтаксические, морфолого-синтаксические модели монолексемной номинации и фразеологические модели полилексемной номинации. Несомненной новизной характеризуется параграф, посвященный фразеологическим способом номинации рассматриваемой терминосистемы (фразеологические единства, фразеологические сращения, фразеологические сочетания, фразеологические выражения). В работе убедительно показано, что это наиболее продуктивный способ номинации для рассматриваемой терминосистемы (54,6 % от общего объема исследуемых единиц), характеризующийся значительным разнообразием.

Автор исследования предлагает подробный содержательный анализ конкретных примеров, в полной мере владеет терминологическими инструментами анализа и в каждом конкретном случае находит адекватные способы описания моделей номинации.

Текст ВКР Е.А. Холманской прошел проверку через электронную систему Blackboard СПбГУ на выявление текстовых совпадений в тексте ВКР. Большая часть совпадений представляет собой корректное цитирование с указанием источника (пересказ цитаты без заключения в кавычки с указанием фамилии автора), цифровые знаки композиционной структуры названия научных работ и имена ученых, клише научной речи и термины.

Несмотря на достоинства работы, задать несколько дискуссионных вопросов.

1. В работе установлено, что фразеологизмы составляют более половины терминологического фонда интернет-рекламы. Хотелось бы, чтобы автор более эксплицитно высказал свое мнение и причинах преобладания именно этого способа номинации в рассматриваемой терминосистеме.

2. В ходе анализа термина "long tail" автор отмечает, что "метафорический перенос «длинный хвост» обусловлен внешним сходством кривой графика, тянущейся параллельно оси абсцисс и отображающей посещаемость непопулярных сайтов, с длинным хвостом". Хотелось бы получить более точное представление о связи кривой графика со значением термина.

Сделанные замечания носят дискуссионный характер. АвторВКР в целом хорошо знаком с существующей литературой по предмету исследования и обладает устойчивыми навыками терминологического анализа. Исследование Е.А. Холманской отвечает требованиям, предъявляемым выпускным квалификационным работампо направлению «0305700 Лингвистика» и заслуживает оценки "отлично".

Д.ф.н., проф. кафедры английской

филологии и перевода В.И. Шадрин