

ОТЗЫВ

научного руководителя
о выпускной квалификационной работе на тему:
«Лексико–семантические характеристики англоязычного рекламного
дискурса в сфере туризма», выполненную Фан Мяомяо
Уровень образования: бакалавриат
Направление 45.03.01 «Филология»
Основная образовательная программа СВ.5040.
«Английский язык и литература»

Выпускная квалификационная работа посвящена изучению лексико–семантических особенностей рекламных текстов туристического дискурса.

Цель исследования состоит в выявлении и описании особенностей лексического состава англоязычного рекламного дискурса в сфере туризма.

Для реализации поставленной цели в работе решены следующие задачи: дано определение понятия дискурса, рассмотрены подходы к классификации дискурса и определена типологическая разновидность туристического рекламного дискурса, описаны основные характеристики данного вида дискурса, на материале рекламных текстов были выявлены и описаны особенности лексического состава англоязычного туристического дискурса.

Актуальность данного исследования обусловлена недостаточной изученностью лексико-семантических особенностей рекламного дискурса при возрастающей роли туристической индустрии как явления социокультурной реальности.

Работа обладает определённой степенью научной новизны, поскольку в ней выявлены наиболее частотные лексико-семантические группы туристической рекламы.

Исследование имеет также теоретическую значимость, которая заключается в детализации описания специфики лексического состава англоязычного дискурса туристической рекламы, что представляет собой посильный вклад в развитие теории дискурса.

На основе трудов известных отечественных и зарубежных исследователей в работе представлено теоретическое обоснование экспериментального исследования особенностей лексико-семантических особенностей лексического состава текстов туристических реклам.

Для экспериментального исследования был отобран иллюстративный эмпирический материал, в котором отражены основные характеристики лексического состава дискурса туристической рекламы.

Материалом исследования послужили англоязычные тексты туристических реклам на сайтах туристических компаний. В ходе исследования были проанализированы 10 текстов англоязычных реклам в сфере туризма и выявлены основные лексико-семантические группы, составляющие лексико-семантическое поле туризма. Были обозначены и

описаны наиболее частотные лексико-семантические группы туристической рекламы.

Автор работы проявила значительную долю самостоятельности в определении и решении основных задач исследования, в поиске источников для анализа языкового материала, в выводах по результатам проведенного исследования.

Материалы исследования имеют потенциал для дальнейшего изучения прагмалингвистических характеристик рекламного дискурса в сфере туризма, могут быть использованы при создании учебно-методических материалов в обучении студентов-лингвистов и специалистов в сфере рекламы, а также могут быть полезны в практической деятельности туристических компаний.

Содержание ВКР соответствует заявленной в названии теме. Текст работы логично структурирован, чётко обозначены цели и задачи исследования, в достаточной степени для данного типа работ раскрыта заявленная тема исследования, иллюстративно продемонстрированы результаты проведённого исследования, оригинальность текста составляет 95%. Работа в полной мере соответствует предъявляемым требованиям к оформлению работ данного типа и заслуживает достойной оценки.

23.05.2024.

Доктор педагогических наук,
профессор Кафедры
иностранных языков и лингводидактики

/Тарнаева Л.П./

