

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Дин Хао на тему: «Реклама китайских товаров в России: когнитивный и лингвокультурологический аспекты», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России

Современные социополитические реалии определяют тот факт, что исследование языковых особенностей текстов разных жанров становится невозможным без изучения национально-культурной специфики как самой территории распространения данного языка, так и иных государств, вступающих с этой территорией в непосредственный диалог. Наиболее очевидным данный тезис представляется при анализе рекламных текстов, где непосредственной задачей автора считается подготовка востребованного рекламного продукта, целью которого является стимулирование потенциального адресата к приобретению определенного товара и услуги. Все это определяет актуальность диссертационного исследования Дин Хао, направленного на выявление когнитивных и лингвокультурологических аспектов рекламы китайских товаров в России.

Согласно данным автореферата диссертации, соискатель проводит глубокий анализ теоретических работ, посвященных изучению рекламных текстов как объекта исследования гуманитарных наук, языковым особенностям адаптации зарубежной рекламы, языковой игре как средству создания рекламного текста. Большое внимание в диссертационном исследовании уделяется изучению и описанию креолизованных текстов. На странице 11 автореферата автор убедительно доказывает широкое распространение креолизованных текстов и их значимость для современной аудитории, подтверждая данный тезис конкретным фактическим материалом, отражающим национально-культурные особенности рекламы китайских товаров в России на примере рекламе автомобилей и техники (страницы 18-19).

Работа представляет безусловный интерес, что определяет неизбежность возникновения вопросов. Хотели бы уточнить: какие особенности русской и китайской национальных культур лежат в основе различий в создаваемых рекламных текстах? Планируете ли Вы продолжать свое исследование подготовкой научного материала по выявлению когнитивных и лингвокультурологических аспектов рекламы российских товаров в Китае?

Автореферат, 14 публикаций по теме диссертации, в том числе в 4 статьях в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ, и в 10 публикациях в сборниках материалов конференций., позволяют говорить о достаточной представленности результатов исследования широкому научному сообществу.

Все сказанное позволяет заключить, что диссертационная работа «Реклама китайских товаров в России: когнитивный и лингвокультурологический аспекты» является современным и актуальным, отражает ключевые направления лингвистической мысли и соответствует Паспорту специальности и основным критериям, установленным «Положением о присуждении ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» от 24.09.2013 №842 (ред. от 25.01.2024), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по заявленной научной специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России.

Доктор филологических наук
(10.02.01 – русский язык), доцент, доцент
кафедры русского, славянского и
общего языкознания Института филологии
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им.В.И. Вернадского»
Наталья Александровна Сегал

«05» ноября 2024 г.



Контактная информация: Сегал Наталья Александровна, доктор филологических наук (специальность 10.02.01 – Русский язык), доцент, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»; 295007 Республика Крым, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4.
Официальный сайт: <https://cfuv.ru/>
Телефон: (3652) 60-84-98
Адрес электронной почты: cf_university@mail.ru