

**Рецензия на выпускную квалификационную работу студентки
института филологии и межкультурной коммуникации Курченковой
Елены Анатольевны «Лингвокультурные характеристики текстов
газетных объявлений»**

Актуальность темы: Данная работа выполнена в рамках лингвокультурологии и посвящена изучению культурно-языковых характеристик газетных объявлений в сопоставительном аспекте в английском и русском языках. Исследованиям текстов газетных объявлений посвящено большое количество работ. Тем не менее, тексты рекламного дискурса являются наиболее перспективными для лингвистического исследования с точки зрения использования языка как средства воздействия, а также выражения национально-культурных ценностей.

Анализ содержания: В работе Курченковой Е.А. проведен сравнительный анализ русских и английских текстов газетных объявлений для выявления языковых средств экспликации их этнокультурной специфики, жанра объявления в целом. В работе представлены различные подходы к изучению текстотипа «газетное объявление», обозначены функции текстов масс медиа. Достаточно подробно описаны языковые средства репрезентации лингвокультурной специфики массмедийного дискурса, в котором функционируют данные текстотипы. Авторские интерпретации приведенных примеров возражений не вызывают.

Заслуживает внимания кропотливая работа автора с теоретическим и практическим материалом, а также стремление правильно его интерпретировать и классифицировать. Список литературы достаточно обширен и полон.

Заключение о теоретическом и практическом значении выводов и предложений, возможности их внедрения в производство: Результаты исследования имеют практическую ценность для медиа лингвистики и могут быть полезны для теории массовой информации и рекламы, а также могут быть учтены при разработке рекомендаций для оптимизации рекламного общения. Возможно также использование результатов данной работы в непосредственной деятельности предприятий в области маркетинга.

Для развития дискуссии рекомендуется задать следующие вопросы:

- 1) Почему для исследования Вами были выбраны именно тексты газетных объявлений?
- 2) Вы рассматривали тексты масс медиа англо-американской культуры. Была ли Вами отмечена какая-либо лингвокультурная специфика британского рекламного дискурса по сравнению с американским?