Рецензия

на выпускную квалификационную работу магистра лингвистики

«Аббревиатура как имиджевый знак в языке рекламы»

студента Кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания

Бао Вэя

Выпускная квалификационная работа студента магистратуры Бао Вэя посвящена одной из актуальных проблем современной лингвистики – исследованию языка рекламы как системы знаков. Целью исследования Бао Вэя является анализ буквенных аббревиатур, установление путей создания имиджевого компонента буквенных аббревиатур как речевых единиц и способов их восприятия. По мнению автора исследования, реклама, целью которой является «продажа товара», как языковой феномен занимает все большее место в нашей жизни, воздействует на сознание адресатов особыми способами, выявление которых стало задачей исследования. Действительно, имиджевая аббревиатура, как указывает автор, обладает эмотивно-смысловой валентностью, представляющей большие возможности для их изучения. Подобное исследование расширяет представление современной лингвистики о коммуникативных сферах функционирования рекламных текстов, об изучении процессов, свойственных языковой человеческой памяти, и одновременно о коммуникативно-прагматических возможностях аббревиальных включений в воспринимаемый нами текст. Тема и сформулированная таким образом цель представляется чрезвычайно интересной и перспективной как в теоретическом, так и практическом смысле.

Для достижения поставленной цели Бао Вэй наметил ряд задач, которые успешно решает в своей работе. В первой главе своей выпускной научной работы соискатель анализирует теоретические работы по проблеме использования аббревиатур в языке рекламы. В первую очередь Бао Вэй рассматривает основные категории и понятия, принятые в работе, рассматривает труды по прагматике рекламных текстов и прагматике аббревиатур, делает обобщения, которые позволяют ему считать процессы, связанные с использованием аббревиатур, продуктивными, саму аббревиатуру рассматривать как аналог имиджевого текста и как особую речевую единицу. Бао Вэй использует эти выводы для работы с аббревиатурами во второй главе. Таким образом, автор демонстрирует научную компетентность, творческий подход и самостоятельность научного мышления, а также способность видеть в существующих теориях основу для решения собственных творческих задач.

Вторая глава предлагаемого исследования посвящена анализу аббревиатур и выявлению их специфики. Бао Вэй приходит к выводу, что обработанный им корпус буквенных аббревиатур включает в себя 7 дифференциальных групп с различными пропозициональными отношениями. Во второй главе выявляются также особенности синтаксических функций буквенных аббревиатур, которые, как свидетельствует автор, могут быть членами предложения и, таким образом, имеют право рассматриваться как слова, как лексемы, но обладающие единичностью словоформы. Будучи номинативными единицами, рассматриваемые аббревиатуры «активно используются для организации виртуального бытия человека-потребителя». Подобный вывод, на наш взгляд., совершенно правомерен и убедительно доказан в ходе рассуждений о результатах лингвистического эксперимента, поставленного автором.

Работа обладает практической значимостью, поскольку ее результаты и языковой материал могут использоваться в курсах по языку СМИ, стилистике, лингвистике текста, культурологии и РКИ.

Однако при чтении к автору исследования возникают некоторые вопросы.

1. Как автор понимает отношения между формой и содержанием буквенной аббревиатуры в зависимости от синтаксической позиции (с. 74)? И как, в связи с этим, проводится параллель между использованием аббревиатур и терминологических единиц в научной речи? Хотелось бы уточнить позицию автора по этому вопросу.
2. На стр. 71-73 Бао Вэй аргументированно объясняет возникновение таких явлений как омонимия и омография при использовании буквенных аббревиатур в языке рекламы. Однако хотелось бы уточнить, почему именно эти явления выделяет автор и возможно ли использование иных приемов или проявление возникающих спонтанно отношений при использовании этих речевых единиц, например синонимии или антонимии?

 Заданные вопросы не свидетельствуют о каких-либо существенных недостатках в работе. Напротив, отметим, что Бао Вэй проявил качества настоящего исследователя, экспериментатора, предложил нетривиальный подход к выбранной теме. Работа соответствует всем требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам магистров, и заслуживает положительной оценки.

Д.ф.н., доцент Н.П. Беневоленская