

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Салыновой Ольги Васильевны
«Этнолингвистические особенности рекламного текста и эргонимов
Калмыкии», представленной на соискание учёной степени кандидата
филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки
народов России (Волгоград, 2025 г.)

Диссертационное исследование О.В. Салыновой посвящено исследованию специфики рекламного текста Калмыкии. Автор диссертации осуществила фундаментальное и многоаспектное описание этнолингвистических особенностей рассматриваемого объекта.

Автореферат содержит детальную характеристику работы, даёт целостное представление о проведенном исследовании. Композиционные части логично выстроены, стиль изложения можно назвать образцово научным. Цель достигается благодаря выполнению поставленных задач.

Объект исследования – печатные рекламные тексты, тексты наружной рекламы, эргонимы, зафиксированные в Элисте и других городах Калмыкии.

Отдельно следует отметить безусловную **новизну** работы, состоящую в том, что диссертантом:

- 1) выявлены и описаны этнолингвистические особенности рекламного текста и эргонимов Калмыкии, эффективное использование которых усиливает прагматическое воздействие рекламы на жителей национального региона,
- 2) этнолингвистические особенности рекламного текста и эргонимов Калмыкии осмысляются как устойчивая форма маркетинговой коммуникации,
- 3) осуществлён многоаспектный анализ вербальных и невербальных средств, используемых в рекламном тексте национального региона России для реализации воздействующей функции языка.

Положения, выносимые на защиту, дают представление о широте исследовательского поля: они согласуются с целью, задачами и результатами работы как основными структурными компонентами, а также несомненно отражают личный вклад диссертанта в разработку заявленной проблематики.

Методологической базой послужили исследования отечественных и зарубежных филологов, в том числе труды о связи языка и мышления, о соотношении теоретического и эмпирического познания языковой реальности, о синхронии и диахронии в языке, о внешней и внутренней лингвистике.

Обширная методологическая база позволила О.В. Салыновой вести доказательное изложение, благодаря чему выводы работы являются убедительными и весомыми.

Теоретическая значимость исследования состоит:

- 1) во вкладе в изучение функционирования рекламного текста и эргонимов в полилингвокультурном регионе,
- 2) в исследовании рекламы в межкультурной проекции,

3) в определении этнолингвистических особенностей маркетинговой коммуникации в национальном регионе России.

Практическая ценность работы заключается в том, что результаты исследования могут использоваться в ходе преподавания курсов по этнолингвистике, лингвокультурологии, межкультурной коммуникации, спецкурсов по созданию и анализу рекламных текстов, в процессе профессиональной подготовки будущих филологов, специалистов по рекламе и связям с общественностью, журналистов.

Достоверность и обоснованность результатов исследования подтверждается значительным объёмом корпуса рассмотренных рекламных текстов и эргонимов, функционирующих на территории Республики Калмыкия (более 2 тыс. единиц), а также применением методов и приёмов этнолингвокультурологического и ономастического анализа, разработанных учёными Волгоградской этнолингвистической школы (Л.М. Орлов, Р.И. Кудряшова, Е.В. Брысин и др.) и Волгоградской ономастической школы (И.В. Крюкова, В.И. Супрун и др.).

При этом **материал** исследования является действительно уникальным: он состоит из 1450 печатных рекламных текстов в периодических изданиях Калмыкии, а также 637 текстов наружной рекламы, включая вывески и афиши.

Содержание автореферата и упомянутые в нём 17 публикаций, 4 из которых опубликованы в журналах, включённых в перечень научных изданий, рекомендованных ВАК РФ, соответствуют указанной проблематике, демонстрируют многолетний скрупулёзный труд диссертанта, свидетельствуют о высокой **степени апробации**.

Представленная работа заслуживает высокой оценки: результаты исследования представляют интерес не только для филологов, журналистов, специалистов по связям с общественностью, но и для представителей иной профессиональной сферы – маркетологов.

При этом, на наш взгляд, в уточнениях всё же нуждаются некоторые формулировки, используемые в автореферате: так, на с. 12 автореферата О.В. Салынова пишет, что «в слогане подчёркиваются достоинства фирмы, что придаёт рекламному сообщению завершённый вид». В связи с данным утверждением возникает как минимум два закономерных вопроса.

- 1) Может ли рекламное сообщение без слогана считаться завершённым?
- 2) Во всяком ли рекламном сообщении нужен слоган?

Считаем, что ответы на поставленные вопросы позволят прояснить позицию диссертанта относительно интерпретации рекламного текста как теоретического понятия.

Автореферат позволяет сделать вывод, что диссертация **«Этнолингвистические особенности рекламного текста и эргонимов Калмыкии»** представляет собой самостоятельную научно-квалификационную работу, которая соответствует критериям, установленным Положением о порядке присуждения учёных степеней, утверждённым постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации

от 21 апреля 2016 г. № 335), а её автор, Ольга Васильевна Салынова, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности **5.9.5. Русский язык. Языки народов России.**

Доцент кафедры русского языка
ФГБОУ ВО «ДонГУ»,
кандидат филологических наук



Панчехина М.Н.

Сведения об авторе:

Панчехина Мария Николаевна, кандидат филологических наук (специальность 10.01.08 – Теория литературы. Текстология), доцент кафедры русского языка Федерального государственного бюджетного учреждения высшего образования «Донецкий государственный университет».

E-mail: mpanchehina@gmail.com

Почтовый и юридический адрес: 283001, Донецкая Народная Республика, г. Донецк, ул. Университетская, дом 24.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет» (ДонГУ).

Против включения данных, содержащихся в отзыве, в документы, связанные с защитой данной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.



ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ

НАЧЕЛЬНИК СЕКРЕТАРЬ НИЧ

М.В. Фоменко

Подпись

_____ удостоверяю