



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВВГУ»)**

РЕЦЕНЗИЯ

**на выпускную квалификационную работу
«КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДАВЦА И ПОТРЕБИТЕЛЯ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ»,**

**выполненную обучающимся Дальневосточного федерального университета
Вэнь Хуэйсинь**

Актуальность работы

Выпускная работа Вэнь Хуэйсинь посвящена исследованию коммуникативных стратегий продавца и потребителя туристических услуг в интернет-дискурсе. Интерес современной лингвистики к интернет-дискурсу, возрастающая роль цифровизации в оформлении туристического дискурса, в рамках которого трансформируются традиционные жанры, делают исследование актуальным. Актуальность работы подтверждается и предметной направленностью – изучение коммуникативных стратегий и тактик согласуется с антропоцентрическим направлением науки о языке. В центре изучения работы – региональные рекламные туристические тексты, что представляет новизну исследования. Изучение регионального дискурсивного пространства туристических рекламных услуг является важным вкладом в проблему изучения языкового облика города и региона, открывает пути решения проблемы повышения привлекательности региона в интернет-сообществах.

Характеристика работы

Работа состоит из 81 страницы текста, список источников включает 48 наименований. Проверка в системе РУКОНТЕКСТ показала 82% оригинальности текста.

В первой главе исследования автор раскрыл понятия «дискурс», «интернет-дискурс», «жанр», представил современные взгляды на проблему типологии дискурсов, сложности описания виртуального дискурса с опорой на работы ключевых ученых в этой сфере (Т. ван Дейк, Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, О.В. Лутовинова, Е.Н. Галичкина). Определены особенности рекламного, туристического дискурсов, выявлены принципы выделения отзыва как рекламного жанра. Описаны основные термины и понятия коммуникативно-прагматического подхода – «стратегия» и «тактика» (О.С. Иссерс, Е.В. Клюев и др.).

Во второй главе изучены стратегии и тактики продавца туристических услуг на основе анализа рекламных материалов, представленных на официальных сайтах туристических компаний, а также стратегии и тактики потребителей туристических услуг на основе исследования их отзывов. Для каждой стратегии описаны языковые средства ее реализации. Удачным, на наш взгляд, является сопоставительный анализ стратегий продавца и потребителя, который показал наличие различных коммуникативных целей при реализации одинаковых стратегий.

Выводы, сделанные в работе, соответствуют содержанию ВКР, аргументированы и убедительны; цели и задачи полностью достигнуты.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов при разработке стратегий речевого воздействия в туристическом маркетинге, а также в преподавании курсов по коммуникативной лингвистике, интернет-дискурсу и теории речевых жанров.

Замечания по работе

Выпускная квалификационная работа отличается высоким уровнем выполнения, поэтому указанные замечания не являются недостатками, а носят рекомендательный характер.

1) Нам кажется, что работу могли бы углубить количественные данные анализа. При указании общего количества проанализированных рекламных текстов и текстов-отзывов было бы интересно увидеть частотность реализации каждой из стратегий в них. 2) В связи с тем, что объектом является интернет-дискурс, который, как известно, отличается мультикодовостью, интересные перспективы содержит анализ способов креолизации рекламных материалов, представленных на сайтах туристических компаний. Возможно, креолизация также задействована в реализации определенных стратегий. 3) При описании некоторых стратегий не всегда точно прописаны языковые средства ее выражения. Для примера, на с. 59 при описании отрицательной модальной стратегии не указаны конкретные языковые выражения, не совсем ясно, какими средствами в приведенных примерах выражено сомнение или ирония покупателя, что понимается под термином «гипотетическая конструкция».

Заключение

Выпускная квалификационная работа *Вэнь Хуэйсинь* по теме «КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДАВЦА И ПОТРЕБИТЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ» соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, и заслуживает оценки «отлично».

Рецензент

Пилюгина Наталья Юрьевна,

доцент кафедры русского языка

Института педагогики и лингвистики

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»,

кандидат филологических наук

13 июня 2025 г.