

Отзыв
**на автореферат диссертации С.Л. Кушнерук «Когнитивно-дискурсивное
микромоделирование в британской и российской коммерческой
рекламе», выполненной на соискание ученой степени доктора
филологических наук по специальности 10.02.19. – теория языка,
10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание, Екатеринбург, 2016.**

В силу широкой распространенности, социальной значимости и разнообразности рекламный дискурс как инструмент продвижения товаров и услуг привлекает внимание многих исследователей, которые обращаются к анализу различных аспектов данного типа общения. Особую значимость имеет сопоставительное изучение когнитивно-дискурсивной специфики воздействия в рекламном дискурсе различных лингвокультур. В этой связи анализ ментально-языковых особенностей представления действительности и её фрагментов в британской и российской коммерческой рекламе в рамках теории когнитивно-дискурсивного миромоделирования является актуальным. Реферируемая диссертация носит интегральный характер и направлена на выявление репрезентаций интерпретации агентом дискурса фрагментов действительности, отраженных в дискурсивных практиках различных социокультурных сообществ, с целью информационно-идеологического воздействия на мнения и оценки потенциальных потребителей.

Объектом исследования являются дискурсивные миры, понимаемые как виды проективной реальности, отражающей ментально-языковые особенности представления действительности и её фрагментов, в дискурсах британской и российской рекламы.

Предмет исследования – когнитивно-семантическая, когнитивно-прагматическая, лингвоконцептологическая, актуализационная и репрезентационная специфика моделирования дискурсивных миров в британской и российской коммерческой рекламе.

Цель исследования – выявление общих закономерностей и национально-культурной специфики миромоделирования в рекламных дискурсах Великобритании и России.

Научная новизна результатов диссертации заключается в многоаспектном изучении ментально-языковых особенностей представления действительности и её фрагментов в современной британской и российской коммерческой рекламе. Впервые осуществлено когнитивное картирование ДМ в современной британской и российской коммерческой рекламе, выделены и проанализированы инвариантные и вариативные макрофреймы дискурсивных миров, установлена степень дискретности ДМ и категориальная принадлежность фреймов, конституирующих макрофреймы, в сопоставительном плане.

Теоретическая значимость диссертации состоит в разработке теории сопоставительного когнитивно-дискурсивного миромоделирования как самостоятельного направления лингвистической дискурсологии, целостной многоаспектной методологии контрастивно-сопоставительного изучения репрезентационных дискурсивных структур, методик анализа ментальных образований различной природы. Работа вносит вклад в развитие общей лингвистической теории дискурс-анализа, когнитивной лингвистики, когнитивной прагматики, лингвокультурологии, сопоставительной лингвистики, лингвистического рекламоведения.

Практическая ценность работы связана с возможностями применения её результатов в курсах общего языкознания, теории языка, когнитивной лингвистики, лингвопрагматики, межкультурной коммуникации, теории и практики рекламы и связей с

общественностью, при написании учебников и учебных пособий по указанным выше и смежным дисциплинам. Представленные выводы сопоставительного характера могут оказаться полезными специалистам в организации рекламных кампаний с целью усовершенствования их эффективности в отечественной и мировой практике рекламирования, в том числе с учётом национальных особенностей российской и британской рекламы.

Обоснованность и достоверность результатов диссертации обеспечиваются методологической базой, сформированной на основе доказанных в зарубежной и российской лингвистике положений и фактов, репрезентативной выборкой языкового материала, представленного тремя корпусами текстов, а также применением современных методов исследования.

Результаты исследования отражены в многочисленных докладах на научных конференциях разного ранга, в монографии автора, разделе коллективной монографии, а также в 38 статьях, в том числе 25 статьях в журналах, ВАК. Всего по теме диссертации представлено 65 публикаций, что является весьма убедительной апробацией результатов исследования.

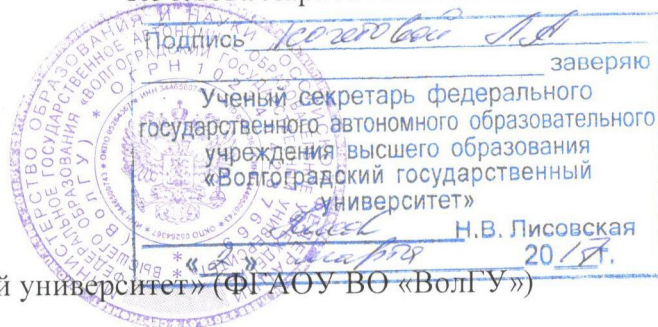
Вопросы: предлагая динамическую модель сопоставительного исследования лингвоконцептов в ДМ британской и российской рекламы, автор выявляет особенности их профилирования по нескольким критериям: объективации, сфере-источнику формирования и первичной реализации, по соотношению транслируемых ценностей, общекультурной значимости концептуализируемых феноменов, особенностям лингвокультурной кодификации. Различаются ли сопоставляемые в работе национальные дискурсы по данным параметрам?

Диссертационное исследование С.Л. Кушнерук «Когнитивно-дискурсивное микро моделирование в британской и российской коммерческой рекламе», соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора наук (п. 9 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842), а его автор Кушнерук Светлана Леонидовна, заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 - теория языка; 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание.

Доктор филологических наук (10.02.04 – германские языки),
заведующий кафедрой английской филологии
института филологии
и межкультурной коммуникации
ФГАОУ ВО «Волгоградский
государственный университет».
02.03.2017 г.

Россия, 400062, г. Волгоград,
Университетский пр.100
эл. почта: rector@volsu.ru
сайт: <http://www.volsu.ru>
кафедра английской филологии
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет» (ФГАОУ ВО «ВолГУ»)
E-mail: english_phylology@volsu.ru
kochetova@volsu.ru

Кочетова Лариса Анатольевна



Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.