

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Кушнерук Светланы Леонидовны «Когнитивно-дискурсивное миромоделирование в британской и российской коммерческой рекламе», представленной на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальностям 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание и 10.02.19 – теория языка

Проблемы социально-идеологического влияния рекламного дискурса в терминах ментальных репрезентаций и сопоставительные исследования ментально-языковых особенностей представления действительности и её фрагментов в коммерческой рекламе, в частности, британской и российской, представляют особый интерес.

Настоящая работа выполнена в русле когнитивно-дискурсивных исследований, в частности, в рамках теории когнитивно-дискурсивного миромоделирования, которая синтезирует идеи зарубежной и российской лингвистики для объяснения свойств языка в свете задач, которые ставятся агентами, контролирующими дискурс, в процессах рекламной коммуникации.

В реферируемой диссертации разработана теория когнитивно-дискурсивного миромоделирования как автономного направления исследования дискурса в терминах репрезентационных структур, которое интегрирует когнитивный, коммуникативный и дискурсивный подходы к языковым явлениям.

В своем диссертационном исследовании С.Л.Кушнерук подвергает анализу свойство *проективности* дискурса коммерческой рекламы, благодаря которому реализуется ее символическая «власть». Свойство проективности дискурса заключается в актуализации потенциала языка в соответствии с интересами рекламодателя и выражается в преобразовании ментальных представлений о материальном мире в текстовое пространство.

Для подтверждения гипотезы на основании анализа научных источников по проблеме миромоделирования, а также рекламно-аналитических материалов, используемых британскими и российскими специалистами, в конструировании рекламной реальности, представленной в сопоставляемых дискурсах, автором исследования выделяются два основных типа репрезентационных структур – *дискурсивный мир* (ДМ) и *текстовый мир* (ТМ), являющихся манифестациями разных аспектов ментально-языковой объективации фрагментов действительности.

Актуальность исследования определяется необходимостью изучения и многофакторного сопоставительного исследования ментально-семиотических конструкторов, опосредующих взаимодействие агентов и клиентов в коммерческой рекламе.

Научная новизна диссертации заключается в многоаспектном изучении ментально-языковых особенностей репрезентации действительности и её фрагментов в современной британской и российской коммерческой рекламе.

В исследовании впервые осуществлено когнитивное картирование ДМ в современной британской и российской коммерческой рекламе, выделены и проанализированы инвариантные и вариативные макрофреймы, являющиеся «когнитивными опорами» дискурсивных миров, установлена степень дискретности ДМ и категориальная принадлежность фреймов, образующих макрофреймы.

Работа имеет **теоретическую значимость**, связанную с разработкой теории сопоставительного когнитивно-дискурсивного миромоделирования как автономного научного направления лингвистической дискурсологии.

Результаты исследования могут найти **практическое применение** при разработке и преподавании спецкурсов по общему языкознанию, теории языка, когнитивной лингвистике, лингвопрагматике, межкультурной коммуникации, теории и практики рекламы и связей с общественностью, при написании научно-популярных работ, учебников и учебных пособий по указанным выше и смежным дисциплинам. Материалы исследования могут быть использованы специалистами 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.

Цель работы заключается в выявлении общих закономерностей и национально-культурных особенностей миромоделирования в рекламных дискурсах Великобритании и России.

Диссертационная работа Кушнерук Светланы Леонидовны «Когнитивно-дискурсивное миромоделирование в британской и российской коммерческой рекламе» представляет собой законченное научное исследование, посвященное актуальным проблемам лингвистики.

Результаты диссертационного исследования нашли отражение в 65 научных работах, среди них монография, раздел в коллективной монографии, 25 статей в рецензируемых научных изданиях, включённых в реестр ВАК Минобрнауки РФ.

Реферируемая диссертация является научной работой, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения,

совокупность которых можно квалифицировать как научное достижение. Она соответствует требованиям в пунктах 9-14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 с изменениями на 2 августа 2016 г., а ее автор, Кушнерук Светлана Леонидовна, заслуживает присуждения ей ученой степени доктора филологических наук по специальностям 10.02.19 – теория языка и 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание.



Тамерьян Татьяна Юльевна,
доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры иностранных языков
для неязыковых специальностей
факультета иностранных языков
федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Северо-Осетинский
государственный университет имени
Коста Левановича Хетагурова»
(специальность 10.02.19 – теории языка).
362025, Республика Северная Осетия-Алания,
г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46,
тел. +7 918 828 60 27 e-mail: tamertu@mail.ru

Подпись профессора Т.Ю. тамерьян удостоверяю:

Ученый секретарь



Ф.А. Кокаева