

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации
МАРЬИНОЙ АННЫ ВИКТОРОВНЫ
«Функционирование концепта дом в рекламном дискурсе»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.01.10 Журналистика
(Москва, 2017)

Актуальность настоящего исследования определяется потребностью изучения динамично развивающегося рекламного дискурса, постоянно приобретающего новые черты и оказывающего влияние на ценностные установки реципиента. Обращение автора к изучению картины мира в терминах дискурсологического анализа является продуктивным, так как отражает функционирование языка в режиме текущего времени. В ряду концептов, эксплицирующих ценностную картину мира, концепт ДОМ занимает особое значимое место, так как имеет как национально-специфические, так и общекультурные характеристики

Новизна исследования определяется использованием метода концептуально-го анализа в рекламном дискурсе, отличающемся поликодовым характером, а также сопоставлением материала двух языков, позволяющим выявить особенности компонентов концепта ДОМ в разных картинах мира.

Основные положения, вынесенные на защиту, развернуто и аргументированно доказаны. В ходе работы автором было проведено системное комплексное исследование рекламных текстов на предмет выявления специфики функционирования концепта ДОМ. Выявленные особенности экспликации указанного концепта в качестве рационального и эмоционального аргументов, поликодовый характер предъявления концепта в рекламном тексте позволяют говорить о его универсальности и высокой эффективности в рекламном дискурсе

Интерес представляют выводы автора о манипулятивном характере использования концепта ДОМ в рекламном дискурсе, использовании его в качестве эмоционального аргумента, особенно в нетипичных для данного концепта сферах.

Доказательность исследования обусловлена как введением в научный оборот большого объема современного текстового **материала** на русском и английском языках, так и применением адекватных целям и задачам разнообразных методов.

Практические выводы автора основаны на изученных и систематизированных теоретических источниках, список которых обширен и разнообразен.

В уточнении нуждается, на наш взгляд, **вопрос о специфичности функционирования ядерных и периферийных смыслов в русских и английских рекламных текстах, при несомненной общей ценности концепта ДОМ для дан-**

ных культур. Вопрос носит лишь уточняющий характер и не снижает научную и практическую ценность проведенного исследования.

Сказанное позволяет сделать вывод, что автореферат отражает содержание диссертации «Функционирование концепта дом в рекламном дискурсе», представляющей собой научно-квалификационную работу, в которой решены задачи, имеющие существенное значение для журналистики. Диссертационное исследование «Функционирование концепта дом в рекламном дискурсе» можно оценить как отвечающее требованиям п. 9 Положения о присуждении ученых степеней ВАК РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям по специальности 10.01.10 – Журналистика. Автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук.

Ицкович Татьяна Викторовна,
доктор филологических наук
по специальности 10.02.01 Русский язык, доцент,
доцент кафедры риторики и стилистики русского языка
филологического факультета
Уральского федерального университета
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина



Т.В. Ицкович

Адрес организации:
620000, РФ, Екатеринбург,
Ул.Ленина, 51;
тел. Телефон: +7 (343) 350-65-83, 350-74-20 раб.,
E-mail: kafedraris@yandex.ru

Адреса и телефон автора отзыва:
623102, РФ, Свердловская обл., г. Первоуральск,
Просп. Ильича, 33-19
тел. +7 (343) 350-65-83, 350-74-20 раб., 89222297006 моб.;
E-mail: tatiana.itckovich@urfu.ru

19 февраля 2017 года

Подпись Т.В. Ицкович

Заверяю

Начальник отдела
документационного обеспечения
управления

Вихренко Т.Е. / Вихренко Т.Е.