

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Дмитриевой Анастасии Валерьевны «Прецедентные имена в текстах российской политической рекламы: лингвокультурологический и прагматический аспекты», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России

Диссертация А.В. Дмитриевой представляет собой оригинальное научное исследование в русле востребованных направлений научного поиска в современном гуманитарном знании (коммуникативистики, прагмалингвистики, лингвокультурологии, семиотики и др.) и посвящена многоаспектному анализу особенностей функционирования прецедентных имен в текстах российской политической рекламы.

Не вызывает сомнения **научная новизна исследования**: в диссертации **представлена авторская типология** универсальных и специфических ценностных смыслов, транслируемых в текстах российской политической рекламы посредством апелляции к прецедентному имени; **систематизированы прагматические модели** функционирования прецедентных имен в составе коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых в текстах политической рекламы; **разработана оригинальная методика** анализа прецедентных имен в поликодовых текстах политического рекламного дискурса.

Рецензируемая диссертация состоит из трех глав, в которых последовательно разворачивается логика предпринятого исследования. Сильной стороной рассматриваемой работы является корректное использование научного инструментария тех наук, в рамках которых проводится анализ, умение соискателя определять и умело применять методы, адекватные и задачам исследования, и языковому материалу.

Наибольший интерес, с нашей точки зрения, вызывает третья глава исследования «**Прагматический аспект употребления прецедентных имен в текстах российской политической рекламы**», в которой представлена авторская типология коммуникативных стратегий и тактик в текстах российской политической рекламы с точки зрения участия прецедентного имени в достижении основных целей и решения задач речевого воздействия, а также предложена методика анализа прецедентных имен в составе коммуникативных стратегий и тактик в полимодальных (полисемиотических, поликодовых) текстах политической рекламы.

К сожалению, предложенная классификация коммуникативных стратегий и тактик не сопровождается примерами, что, однако, вполне объясняется ограниченным объемом текста автореферата.

Подчеркнем, что в диссертационном исследовании анализируется материал за достаточно продолжительный период (1991-2021 гг.). Поскольку рекламный дискурс любого типа характеризуется определенной

динамичностью, в том числе, как нам представляется, и в аспекте тех ценностей, которые транслируются политиками при использовании прецедентных имен, хотим уточнить у автора: можно ли говорить о какой-либо динамике в частотности апелляции к прецедентным именам того или иного типа как аксиологическим ориентирам, в регулярности использования коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых при обращении к прецедентному имени, или частотность / регулярность употребления прецедентных имен как репрезентантов ценностей разного рода за весь исследуемый период не демонстрирует очевидных изменений?

Скрупулезный анализ объемного теоретического материала по проблематике исследования, соответствие теоретических установок работы полученным результатам, представительный корпус рассмотренного в диссертации материала (около 400 текстов политической рекламы разных форматов и жанров), а также комплексный методологический подход обеспечивают **достоверность** и **обоснованность полученных результатов**.

В целом работа А.В. Дмитриевой производит впечатление оригинального, самостоятельного и перспективного исследования, которое вносит ценный научно-практический вклад в современную прагмалингвистику, аксиологическую лингвистику, лингвокультурологию и др., отражает новейшие принципы анализа медийного дискурса.

Не вызывает сомнений и практическая ценность выполненной работы: результаты исследования могут найти применение в курсах коммуникативной лингвистики, прагмалингвистики, лингвокультурологии, лексикографии (в рамках лексикографического описания прецедентных имен), а также в практике политического спичрайтинга.

Автореферат и отраженные в нем 12 публикаций, 5 из которых опубликованы в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ, в полной мере соответствуют проблематике исследования и отражают основное содержание работы.

Автореферат диссертации Дмитриевой Анастасии Валерьевны «Прецедентные имена в текстах российской политической рекламы: лингвокультурологический и прагматический аспекты» соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении ученых степеней в УрФУ, а ее автор заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России.

Терских Марина Викторовна,  
кандидат филологических наук  
по специальности 10.02.01. Русский язык,  
доцент,  
доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики  
факультета филологии, переводоведения и медиакоммуникаций  
федерального государственного автономного



*Подпись М.В. Терских заверено* *Лист 2*  
*Ученой секретарь ученого совета ОУрУ Рамашва О.С.*

образовательного учреждения высшего образования  
«Омский государственный университет  
им. Ф.М. Достоевского»  
Сведения об организации:  
644077, Россия, г. Омск, пр. Мира, 55а,  
тел. 8(3812)67-06-20  
e-mail: [rector@omsu.ru](mailto:rector@omsu.ru); omsu.ru

07.11.2022

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