

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Тумского Станислава Вячеславовича «Концептуальное картирование эксплицитных и имплицитных средств воздействия в рекламном тексте (на материале англоязычной мультимодальной печатной рекламы)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки по филологическим наукам.

В последние годы появился цикл работ отечественных и зарубежных авторов, в которых рассматриваются особенности воздействующего потенциала знаков различных семиотических систем, используемых в текстах рекламы. Актуальность данного исследования объясняется особым характером мультимодальных рекламных текстов, предполагающих реализацию четко поставленных прагматических задач, а также усложнением семиотической структуры текстов рекламы благодаря развитию технологий полиграфии.

Диссертационная работа С.В. Тумского представляет собой комплексное исследование воздействующего потенциала имплицитных и эксплицитных смыслов в текстах рекламы посредством метода концептуального картирования.

Обозначив проблемы исследования, диссертант четко формулирует объект, предмет и задачи исследования. Избранные методы полностью соответствуют логике исследовательской деятельности автора.

В первой главе представлены теоретические основы использования метода концептуального картирования для анализа текстов рекламы. Автор апеллирует к широкому кругу теоретических разработок отечественных и зарубежных специалистов в области когнитивной лингвистики, рекламной коммуникации.

Вторая глава посвящена использованию метода концептуального картирования при анализе особенностей воздействия в рекламной коммуникации. Заслугой автора является обоснование целесообразности использования метода концептуального картирования применительно к рекламной коммуни-

кации, разработка методологии его применения. Метод концептуального картирования, несомненно, способствует получению более точных результатов в области анализа инферентных смыслов, получаемых адресатом в процесс интерпретации.

Полученные результаты верифицированы посредством эксперимента, что, по мнению автора, позволило уточнить содержание концептуальных карт, выработать результирующую экспериментальную концептуальную карту, отражающую типичный вариант концептуального содержания в процессе восприятия рекламы.

Полученные результаты обладают практическим значением: могут найти применение в сфере маркетинговых коммуникаций с возможностью более точного прогнозирования коммуникативных эффектов.

Таким образом, ознакомление с авторефератом позволяет утверждать, что диссертация С.В. Тумского «Концептуальное картирование эксплицитных и имплицитных средств воздействия в рекламном тексте (на материале англоязычной мультимодальной печатной рекламы)» полностью отвечает требованиям пункта 9 действующего «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК РФ, а ее автор заслуживает присуждения искомой степени кандидата педагогических наук по специальности 10.02.04 – германские языки.

кандидат филологических наук, доцент  
заведующий кафедрой рекламы и связей  
с общественностью  
Тамбовского государственного университета  
имени Г.Р. Державина



Прохоров Андрей Васильевич



392000, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33  
Тел. (4752) 72-34-34 (добав. 0825).  
E-mail: proh\_and@rambler.ru

ФГБОУ ВПО «Тамбовский  
государственный университет  
Г.Р. Державина»  
Подпись \_\_\_\_\_  
ЗАВЕРЯЮ  
Начальник управления кадров  
«    »    20    г.