**Рецензия**

**на выпускную квалификационную работу магистра лингвистики**

**Фэн Цзин**

**«Прецедентные феномены советской эпохи в современном лингвокультурном пространстве»**

Актуальностью отличается как выбор темы исследования, так и его аналитический ракурс. Сам факт расширения употребления ПФ советской эпохи в современной массовой коммуникации (вывеска, реклама, СМИ, ТВ-«заставка») активизирует внимание лингвистов к нему. Исследуются формы и приемы включения ПФ в СМИ, их функции, типология по формальному признаку, по источнику происхождения и др. Целью же рецензируемого исследования является трансформация когнитивной составляющей и оценки ПФ советской эпохи под влиянием кардинально изменённой новой идеологии. Такой ракурс даёт возможность, с одной стороны, отразить новые стереотипы мышления на фоне старых, с другой – вычленить способы и зоны семантической трансформации старого в новом, а также увидеть преемственность в сохранении многих тенденций из прошлого.

Намеченные во вводной части цели, задачи исследования, положения, выносимые на защиту, раскрывают перспективу анализа в следующем порядке: во-первых, анализируются различные типы ПФ (ПИ, ПВ, ПС), употребляемые в качестве вывесок, характер динамики их когнитивных составляющих в новых прагматических условиях, подразумевающих «снижение» референта (как, например, трактир *Бухаринъ*); во-вторых, классифицируются, анализируются и описываются ПФ в заголовках СМИ с учётом их типа, структуры, способа трансформирования, а также по источнику.

Первая теоретическая глава интересна тем, что в ней раскрыты не только основные положения по теории прецедентных феноменов, способных отражать и формировать новые «культурные мифы» в терминологии Д. Б. Гудкова, но и специфика вывесок и газетных заголовков, содержащих ПФ, как определенного типа текстов, концентрирующих в себе прагматическую информацию в сжатом виде. Убедительна и предложенная в первой главе модель анализа ПФ в городском пространстве с опорой на структуру языковой личности. Модель позволяет выявить историко-культурную информацию о ПФ, когнитивный уровень-1 (советского времени), когнитивный уровень-2 (в ситуации нового времени) с учетом прагматического аспекта употребления, а также ту зону семантики, которая подверглась трансформации.

Основной принцип исследования в аналитической 2-й главе – индуктивный, автор отталкивается от конкретики – анализа выбранных единиц, приводя его к обобщениям. Использованный метод, как убеждают результаты работы, имеет право на существование, наглядно раскрывая уже на первом этапе явные изменения в семантике ПФ, включая оценку.

Обращаясь к особенностям трансформации семантики и оценки в заголовках СМИ, Фэн Цзин применяет вполне прозрачную модель: ПФ, его историко-культурная составляющая, современное употребление в заголовках СМИ, содержание номинированной статьи (в краткой или полной форме), семантическая трансформация и её способ. В этой части сначала анализируются ПИ, затем ПС и ПВ. Последние также классифицируются по источнику происхождения, структуре – канонические или трансформированные, способам трансформации структуры, в совокупности представляя объективную картину бытования ПФ в заголовках современных СМИ.

На заключительном этапе Фэн Цзин обобщает результаты анализа, выводя целый ряд общих тенденций в способах трансформации когнитивных составляющих ПФ в современном лингвокультурном пространстве, совершенно правомерно понимаемом ею, вслед за В. В. Красных, как национальное культурное пространство сквозь призму его отражения в национальном языке и проявления в национальном дискурсе. Собственно, обращение к такому минимизированному, скрытому, сжатому дискурсу – вывескам в городском пространстве и заголовкам в СМИ – и позволило автору диссертации провести исследование, продемонстрировавшее нам специфику трансформации значений ПФ советской эпохи, отражающих оценочный и идеологический «сдвиг» в когнитивной базе современных представителей русской культуры.

В итоге хотелось бы сделать автору работы небольшое замечание и высказать пожелание. Анализируя ПФ в городском пространстве, Вы отнесли ПИ *Железный Феликс*, использованное в качестве вывески компаний по производству металлических дверей, к категории способов трансформации, где на ассоциативный фон корня ПИ наслаивается рекламный компонент и иронический оттенок (таких, как бар «Косыгин», трактир «Бухарин»). На наш взгляд, это возможно. Но не правомернее ли было бы рассмотреть этот способ как апелляцию к метафорической, переносной составляющей ПФ, содержащего слово «железный» (*надёжный).*

В качестве пожелания хотелось бы предложить в дальнейшем провести ассоциативный эксперимент, который поможет доказать или опровергнуть мнение учёных о том, что советская прецедентность требует комментария для нового поколения, рожденного и воспитанного в условиях нового «культурного мифа».

При чтении работы также возник вопрос: почему в группе вывесок представлен такой неравномерный, а также минимальный набор ПФ?

В заключении следует подчеркнуть, что, отмеченные недочёты не умаляют достоинств исследования, которое соответствует всем требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам магистров, и заслуживает положительной оценки.

Рецензент к.п.н., доцент Гончар И.А.