

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПИЩИ В МЕДИАДИСКУРСАХ:
КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
(РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ: V. SHEVCHENKO.
REPRESENTATION OF FOOD IN MEDIA DISCOURSES:
COGNITIVE AND PRAGMATIC ASPECTS: MONOGRAPH /
V. SHEVCHENKO, S. TOMASCIKOVA. – SAMARA:
SAMARA UNIVERSITY PUBLISHING HOUSE, 2021. – 216 P.
ISBN 978-5-7883-1588-1).**

© 2022 Е.С. Шевченко

*Шевченко Екатерина Сергеевна, доктор филологических наук,
профессор кафедры русской и зарубежной литературы
и связей с общественностью*

*Самарского национального исследовательского
университета имени академика С.П. Королева*

Самара, Россия

orcid: 0000-0003-2400-6856

Монография В. Шевченко и С. Томашчиковой посвящена актуальной проблеме реализации когнитивных моделей, связанных с пищей, в американском, британском и российском медиадискурсах. Авторами было проведено фундаментальное исследование когнитивных аспектов репрезентации пищи, а также прагматических целей, оказывающих влияние на репрезентацию пищи в масс-медиа.

Первая глава монографии посвящена проблемам когнитивных моделей и прагматики. В рамках данной главы авторы обращаются к работам отечественных и зарубежных исследователей, занимавшихся проблемами моделирования, когнитивистики и прагматики.

Вторая глава посвящена проблеме репрезентации пищи в медиадискурсах. Согласно данной главе, средства массовой информации являются самым значимым каналом распространения информации и формирования новых знаний о еде в обществе; они также являются основным средством введения в жизнь общества новых практик, касающихся потребления пищи, а также средством оценки прошлого, настоящего и будущего этих практик.

В третьей главе авторы проводят детальный анализ когнитивных и прагматических аспектов репрезентации пищи в американском медиадискурсе. Авторы приходят к выводу о том, что в рамках американского медиадискурса присутствует в основном негативная репрезентация пищи и связанных с ней социальных практики,

что обусловлено особыми прагматическими целями журналистов.

Четвертая глава посвящена специфике репрезентации пищи в британском медиадискурсе. В результате проведенного анализа В. Шевченко и С. Томашчикова приходят к заключению о том, что в британском медиадискурсе журналисты концентрируются в основном на позитивной репрезентации еды с целью формирования положительного отношения британцев к здоровому питанию и образу жизни. Журналисты также обращаются к другим сторонам социальной жизни (путешествия, кино, отдых, спорт и т.п.), связывая их со здоровым питанием и привлекая, таким образом, к нему внимание общества.

В пятой главе анализируются когнитивные и прагматические аспекты репрезентации пищи в российском медиадискурсе. Проведя анализ большого объема медиатекстов, В. Шевченко и С. Томашчикова полагают, что в российском медиадискурсе пища репрезентируется как позитивном, так и в негативном планах, что обусловлено одной прагматической целью журналистов, состоящей в закреплении представлений о роли здорового питания в обществе.

Авторы проанализировали доминантные составляющие в когнитивных моделях США, Британии и России, выдвигаемые журналистами посредством языковых средств с целью достижения прагматических целей, связанных с формированием особого отношения к здоровому питанию. Один из основных выводов в работе состо-

ит в том, что цели журналистов достигаются посредством особой когнитивной и прагматической организации медиатекстов, посвященных пище.

Монография представляет интерес для исследователей, занимающихся проблемами дискурса, типологии дискурсов, медиадискурса, когнитивного моделирования.