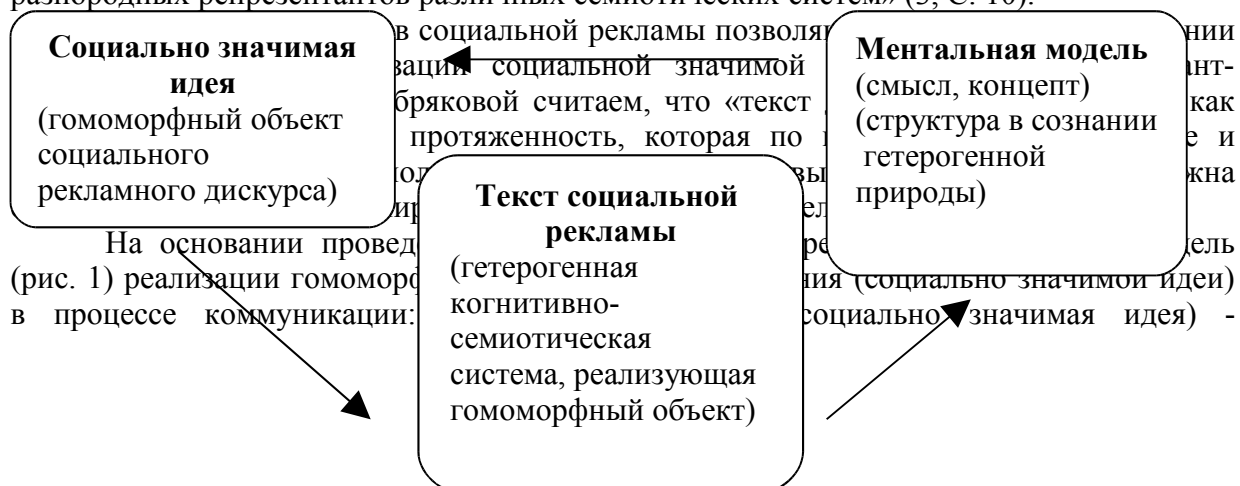




гетерогенный комплекс (текст социальной рекламы) - ментальный образ (ментальная репрезентация социально значимой идеи в сознании субъекта (адресата).

Литература:

1. Бернацкая, А.А. К проблеме "креолизации" текста: история и современное состояние // Речевое общение: Специализированный вестник / Краснояр. Гос. ун-т; Под редакцией А.П. Сковородникова. Вып. 3 (11). - Красноярск, 2000.
2. Кубрякова, Е.С. О тексте и критериях его определения. // Текст. Структура и семантика. Т. 1. - М., 2001.
3. Рогозина, И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Дис. ... д-ра филол. наук. – Барнаул, 2003.