

ОТЗЫВ

об автореферате диссертации **Юриной Ирины Анатольевны**

«Лингвокогнитивные характеристики понятия вирусной рекламы (на материале социальных сетей)», представленной на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка (Майкоп, 2022)

Автореферат диссертации Юриной Ирины Анатольевны на тему «Лингвокогнитивные характеристики понятия вирусной рекламы (на материале социальных сетей)» точно и в полной мере отражает содержание и структуру реферируемого диссертационного исследования.

Актуальность научной работы обусловлена тем, что Интернет-коммуникация сегодня является неотъемлемой частью жизни большинства людей, и это связано с высокими темпами развития информационных технологий, дигитализацией всех сфер человеческой деятельности, непрекращающимся ростом аудитории всемирной сети, регулярным созданием новых коммуникационных площадок. Стоит отметить, что одним из наименее изученных рекламных инструментов, зачастую непредсказуемых, но в то же время обладающих большим потенциалом и наиболее перспективным для продвижения в Интернете товаров и услуг является вирусная реклама. Актуальным представляется применяемый в работе метод анкетирования с использованием компьютерной обработки итогов социологического опроса.

Научная новизна исследования не вызывает сомнений: рассмотрение в многоаспектном ракурсе лингвокогнитивных характеристик текстового арсенала вирусной рекламы; постановка практической цели, а именно анализ потенциала продвижения в социальных сетях; определение характеристик текстовых компонентов вирусной рекламы и выявление языковых средств, способствующих заинтересовать целевую аудиторию.

Цель работы - выявление и систематизация лингвокогнитивных

характеристик языковых средств вирусной рекламы (на материале социальных сетей). Для достижения обозначенной цели автору потребовалось решить целый круг обширных исследовательских задач: выделить и охарактеризовать текстовую составляющую вирусной рекламы; обозначить характеристики и функции текста в кадре и за кадром вирусного видеоролика; провести социолингвистическое исследование в русскоязычной и франкоязычной аудитории, направленное на выявление языковых и когнитивных характеристик вирусной рекламы; осуществить контент-анализ результатов анкетирования, на их основе провести когнитивно-матричный анализ репрезентации понятия вирусной рекламы в четырех группах Интернет-пользователей и на основе анализа выявленных лингвокогнитивных особенностей понятия вирусной рекламы представить рекомендации, обеспечивающие успех рекламной коммуникации в сетевом пространстве.

Все перечисленные задачи успешно и комплексно решены в научной работе в соответствии со сформулированной темой и с использованием соответствующей методологической базы исследования. Отдельно стоит отметить интересный и современный языковой материал: результаты анкетирования 400 русскоговорящих и франкоговорящих респондентов, разделенных на две целевые группы.

Практическая значимость выполненного научного изыскания состоит в том, что полученные результаты могут применяться при чтении университетских курсов по теории языка, лексикологии, когнитивной лингвистике, стилистике русского и французского языков, переводоведению.

Автореферат диссертации оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к кандидатским диссертациям ВАК Министерства образования и науки РФ. Содержимое автореферата изложено хорошим научным языком, степень аргументированности – высокая. Достоверность полученных научных результатов подтверждается широкой теоретической и основательной методологической базой выполненного исследования, а также четкой и весомой аргументацией при анализе языкового материала. Кроме

того, основные положения выполненной работы отражены в автореферате и в научных публикациях автора (8 статей), в том числе 4 в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

Подводя итог, следует отметить, что научная работа представляет собой самостоятельное завершённое научное исследование с достигнутыми значимыми результатами. Диссертация Юриной И.А. на тему «Лингвокогнитивные характеристики понятия вирусной рекламы (на материале социальных сетей)» отвечает всем необходимым требованиям, предъявляемым к диссертационным работам на соискание ученой степени кандидата филологических наук, установленным в п.п. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней» Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г., №842, а её автор, Юрина Ирина Анатольевна, заслуживает присуждения ей искомой учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Кандидат филологических наук, *(10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание)*
доцент,

доцент кафедры иностранных языков и методики их преподавания

Мичуринского государственного аграрного университета

393760, Тамбовская обл.,

г. Мичуринск, ул. Интернациональная, д. 101

+7 (47545) 3-88-01, доб. 202, 203

info@mgau.ru

Москалева Елена Викторовна

04.05.2022



Москалева Е.В.