

«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор
федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Южный федеральный университет»
доктор Химических наук, с.н.с.



А.В. Метелица

«15» января 2026 г.

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«Южный федеральный университет»**

**о диссертации Матевосян Ареват Паруйровны «Англицизмы в
рекламе дискурса социальных сетей: когнитивно-функциональный
аспект (на материале сети «ВКонтакте»)), представленной на
соискание ученой степени кандидата филологических наук
по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и
сравнительно-сопоставительная лингвистика**

Рецензируемая диссертационная работа посвящена когнитивно-функциональной интерпретации англицизмов в рекламном сообщении на материале социальной сети ВКонтакте.

Актуальность исследования обусловлена тем, что регулярное пополнение русского языка англицизмами отражает изменения в его семиотическом, коммуникативном, культурологическом и социальном аспектах. Не менее актуальной представляется и коммуникативная сфера

функционирования объекта исследования – социальные сети, которые представляют собой более чувствительный и «демократичный» сегмент коммуникации и в последние десятилетия активно изменяют коммуникативный ландшафт языка. Дискурс социальных сетей – это динамичное пространство, отражающее современные процессы обмена информацией и активного развития русского языка. Изучение современных англицизмов способствует пониманию исторических, культурных и социальных контекстов развития лексики современного русского языка.

Исследование англицизмов в когнитивном аспекте позволило установить, что они концептуализируют новые знания в сфере сетевой рекламы, формируя тем самым приоритетные когнитивные и функциональные сферы репрезентации новых понятий и реалий в области товаров и услуг («Здоровый образ жизни и красота», «Одежда, обувь, аксессуары», «Продукты питания», «Цифровые технологии»). При этом автор отмечает, что процессы категоризации детерминируют закрепление за новым словом определенного круга типичных социальных контекстов в ходе его самостоятельного развития.

На основе данных приоритетных для пользователей сфер нового знания диссертантом были выделены шесть лексико-тематических групп англицизмов, которые номинируют товары и услуги в рекламных сообщениях в дискурсе социальной сети ВКонтакте, а также выявлена степень их репрезентативности в русском языке.

В диссертационной работе семантически новое слово рассматривается как новый семиотический феномен, который формируется и адаптируется в особых семиотических условиях, включая особого реципиента рекламы в социальных сетях и формирование коммуникативной компетенции заимствованного слова. Такой подход вполне оправдан и отражает рациональные и эмоциональные стратегии в создании сетевой рекламы.

Особого внимания заслуживает изучение функционального потенциала англицизмов современного русского языка, определяемых для каждой из описанных лексико-тематических групп. Диссертантом выделяются стандартные и специфические функции рекламы. Последние обусловлены специфической сферой её функционирования. Одной из ярких характеристик рекламы в дискурсе социальных сетей выступает её интерактивность, детерминированная особой прагматикой и выражающаяся в возможности получателей рекламы реагировать и тем самым оценивать рекламу при помощи специфических форм интернет-коммуникации. Всё это обуславливает и широкий набор функций, которые англицизмы реализуют в сетевой рекламе: номинативная, когнитивно-информативная, апеллятивная, персуазивная и некоторые другие. При этом в качестве ведущей соискатель определяет функцию номинативную, что вполне оправданно.

Диссертантом также отмечается особая прагматическая значимость исследуемого объектного пространства. Так, установлено, что в сетевом общении англицизмы аксиологически маркируются с точки зрения одобряемого или неодобряемого поведения. Это, в свою очередь, способствует выявлению активных процессов в языке, а также тенденций формирования сетевого этикета и шире – сетевой культуры.

Принципиальные и разносторонние достоинства работы связаны также с исследованием результатов продвижения рекламы в социальных сетях, которые выражаются в использовании различных способов пополнения лексического состава современного русского языка, в частности, на основе словообразовательных моделей в процессе грамматической (морфологической) адаптации исходной лексемы. Установлены также графические, орфографические, фонетические, морфологические особенности приспособления иноязычных слов. При этом

диссертант отмечает, что семантические характеристики англицизмов остаются неизменными.

В диссертационной работе определяются также перспективы развития предложенной проблематики, в качестве которой автор рассматривает, в частности, когнитивно-прагматический и семантико-функциональный потенциал англицизмов в дискурсе других социальных сетей, в медиадискурсе, а также в различных дискурсивных жанрах.

Научная новизна диссертации состоит в том, что представлено комплексное описание когнитивно-функциональных особенностей новейших англицизмов, номинирующих товары и услуги на материале дискурса социальной сети ВКонтакте; разработана типология новейших англицизмов, которые распределены на шесть лексико-семантических групп; установлены основные и дополнительные функции англицизмов в рекламе социальной сети ВКонтакте; доказано, что использование новейших англицизмов в рекламе социальных сетей оправдано как семантикой, так и их коммуникативным назначением.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит вклад в дальнейшее развитие теории языка, когнитивной лингвистики, лексикологии и лексикографии, лингвокультурологии, теории коммуникации, теории дискурса социальных сетей, теории социальной вариативности языка, а также функциональной и коммуникативной лингвистики.

Практическая ценность заключается в возможности использования материалов и результатов исследования в разработке теоретических и практических курсов по лексикологии и лексикографии, теории языка, когнитивной лингвистике, дискурсологии. Предложенная в диссертационной работе методология исследования может быть реализована при изучении сетевого дискурса в его различных интерпретациях.

Особого одобрения заслуживает Приложение к диссертационной работе, которое представляет собой «Краткий словарь англицизмов в сетевой рекламе». В нём представлена 331 лексическая единица (англицизм), которые распределены по лексико-тематическим группам и снабжены толкованием. Данное Приложение ещё раз подчёркивает практическую ценность диссертационного исследования.

Подчеркивая научную ценность и перспективность основных идей исследования, считаем необходимым отметить некоторые спорные моменты, которые, на наш взгляд, имеются в рецензируемой диссертации.

1. Задача №1, на наш взгляд, носит, скорее, учебный характер. Её опущение не снизило бы ценность работы.

2. Во Введении диссертационной работы наблюдается некоторая асимметрия формулирования задач и положений. Следует при этом отметить, что это никак не сказалось на качественной интерпретации положений, выносимых на защиту.

3. К сожалению, во Введении имеется технический недочёт, который выражается в повторе одной и той фразы в соседних абзацах:

С. 4-5: «Однако при всем многообразии научных исследований в современной науке пока недостаточно работ, посвященных исследованию дискурса социальных сетей, а именно социальной сети «ВКонтакте», который служит пространством для появления новейших англицизмов-номинаций в рекламе товаров и услуг.»

Необходимо отметить, что при всем многообразии научных исследований в современной науке пока недостаточно работ, посвященных исследованию дискурса социальных сетей, а именно социальной сети ВКонтакте, который служит пространством для появления новейших англицизмов-номинаций в рекламе товаров и услуг.»

Данные рассуждения и замечания не ставят под сомнение высокую оценку рецензируемой диссертации. Работа А.П. Матевосян, несомненно,

имеет общетеоретическую ценность для лингвистической науки: в ней получают дальнейшую разработку проблемы лексикологии и лексикографии, лингвокультурологии, типологической и жанровой специфики дискурса, расширяются знания об отдельных сторонах структурно-семантической, функционально-коммуникативной и лингвопрагматической организации рекламного дискурса.

Диссертационная работа А.П. Матевосян представляет собой цельное и системное исследование, задачи которого, на наш взгляд, выполнены полностью. В работе собран ценный языковой материал, который может стать основой для дальнейшей разработки данной проблематики. Полностью выдержано соответствие избранной специальности. Основное содержание диссертации в полной мере отражено в имеющихся 12 публикациях, 7 из которых выполнены в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

В диссертации широко использована литература вопроса (библиографический список насчитывает 247 наименований). При этом диссертанту удается корректно представить свои приоритеты в единстве с опытом предшественников, с тенденциями развития различных сфер лингвистической теории, особенно лексикографии, когнитивной лингвистики, прагмалингвистики, коммуникативной лингвистики, теории текста и дискурса.

Диссертационная работа А.П. Матевосян является самостоятельным, завершенным научным исследованием, содержащим новое решение актуальной научной проблемы.

Всё это позволяет сделать вывод о том, что диссертационное исследование Матевосян Ареват Паруйровны «Англицизмы в рекламе дискурса социальных сетей: когнитивно-функциональный аспект (на материале сети «ВКонтакте»)» соответствует паспорту заявленной специальности, а также критериям, указанным в пп. 9, 10, 11, 13, 14

«Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842. Автор рецензируемой диссертационной работы заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

Проект отзыва составлен доктором филологических наук, профессором, заведующим кафедрой теории языка и русского языка ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» Меликяном Вадимом Юрьевичем (специальность 10.02.19 – теория языка, 10.02.20 – сравнительно-историческое, сопоставительное и типологическое языкознание), обсужден и утвержден на заседании кафедры теории языка и русского языка ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» «12» января 2026 г., протокол № 5.

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаем.

Заведующий кафедрой теории языка и русского языка
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

доктор филологических наук, профессор


Личную подпись Меликян В.Ю.
ЗАВЕРЕНО:
Начальник сектора Чеснокова

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет» (ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»). Адрес: 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42; тел.: +7 (8632) 237 03 70; e-mail: info@sfnu.ru; веб-сайт: <http://www.sfnu.ru>