

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 кандидатской диссертации И.А. Юриной представляет исследование актуальной проблемы современной лингвистики – выявление и анализ лингвокогнитивных характеристик текстовой составляющей при создании и продвижении вирусной рекламы. Представленная к защите работа выполнена в русле лингвокогнитивного подхода к изучению языковых явлений. Используемый в работе метод анкетирования и компьютерная обработка итогов социологического опроса обуславливают актуальность исследования.

Следует согласиться с автором, что несмотря на значительное повышение доли интернет-рекламы по сравнению с другими её видами, теоретические и фактические данные о лингвокогнитивных характеристиках понятия вирусной рекламы и об особенностях его практического использования характеризуются малой изученностью, в частности, в русле когнитивной лингвистики.

Научная новизна проведенного исследования состоит в многоаспектном подходе к анализу: привлекается Интернет-лингвистика, современная коммуникативистика, когнитивная лингвистика, социолингвистика, жанровая специфика интернет-коммуникации. Теоретическое изучение подкрепляется практическими рекомендациями по продвижению вирусной рекламы в социальных сетях с учетом акцентирования выявленных характеристик её текстовых компонентов с целью заинтересовать целевую аудиторию. Выработан новый подход, с опорой на инструментарий социолингвистики, к оценке эффективности вирусной рекламы методом сопоставления понятия вирусной рекламы в сознании заказчиков и потребителей, сравнение в указанном контексте языковых и когнитивных особенностей носителей русского и французского языков.

Целью диссертационного исследования является выявление и систематизация лингвокогнитивных характеристик языковых средств вирусной рекламы (на материале социальных сетей). При этом внимание автора обращено, прежде всего, на семантическую репрезентацию вирусной рекламы в социальных сетях у заказчиков и потребителей рекламного сообщения, а также у представителей разных языковых групп.

В соответствии с указанной целью и поставленными для ее достижения задачами в работе применяются аналитический метод; системный подход; метод анкетирования; интерпретационный метод, методики оценивания и

внедрения в филологическую практику результатов теоретического обобщения.

В рамках феномена вирусной рекламы автор работы выделяет две важные составляющие: когнитивная репрезентация вирусной рекламы в сознании ее создателей и аудитории, на которую направлено рекламное сообщение, и языковая составляющая самих видеороликов. И то, и другое актуализируется в текстах, сопровождающих видеоролик, хэштегах и комментариях. Подчеркивается, что эффективное использование совокупности языковых средств, ориентированное на когнитивную специфику целевой аудитории, позитивно влияет на продвижение рекламных роликов. Значимым представляется анализ текстовой составляющей, включающей наличие внутреннего (закадровый текст/титры/реплики героев, текст песен, использованных в ролике) и внешнего текста (хэштеги, комментарии пользователей).

Безусловным достижением автора представляется использование когнитивно-матричного подхода при анализе когнитивной составляющей понятия вирусной рекламы. Также не вызывает сомнения теоретическая и практическая значимость проведенного исследования. В автореферате диссертации убедительно показано, что для повышения эффективности вирусной рекламы важен учет лингвокогнитивных характеристик ее текстовой составляющей.

В целом в автореферате представлены основные результаты исследования Юриной И.А. и можно с уверенностью заключить, что диссертация И.А. Юриной на тему «Лингвокогнитивные характеристики понятия вирусной рекламы (на материале социальных сетей)» отвечает всем 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
(специальность 10.02.19 – теория языка),
доцент Школы иностранных языков,
Федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»

11.05.2022

 /Габриелова Елена Валерьевна

Россия, 109028, г. Москва, ул. Покровский бульвар, д.11.

Телефон: + 7 495 771-32-32;

Адрес электронной почты: evgabriylova@hse.ru

Сайт: www.hse.ru

Подпись заверяю:
Следующий по кадровому
делопроизводству: Проконина А.А.

11.05.2022

