

## **ОТЗЫВ**

**научного руководителя о диссертации**

**А.П. Матевосян «Англицизмы в рекламе дискурса социальных сетей: когнитивно-функциональный аспект (на материале сети ВКонтакте)».**

**Краснодар, 2025.**

Исследование А. П. Матевосян посвящено изучению когнитивно-функциональных особенностей англицизмов в сетевой рекламе, на примере социальной сети ВКонтакте. Объектом исследования являются англицизмы, номинирующие товары и услуги в текстах рекламных сообщений в социальной сети ВКонтакте. Предметом исследования выступают когнитивно-функциональные и лексико-тематические особенности англицизмов, номинирующих товары и услуги в социальной сети ВКонтакте.

Актуальность и новизна работы обусловлены повышенным интересом лингвистов мирового сообщества к вопросу о том, является ли влияние английского на национальные языки попыткой насаждения чуждой культуры или естественным процессом. Феномен языкового заимствования свидетельствует об англизации русского языка, чему способствуют IT-технологии, СМИ и реклама. Данное исследование направлено на определение функционального потенциал англицизмов современного русского языка, номинирующих товары и услуги в рекламных сообщениях социальных сетей, в каждой из выделенной лексико-тематической группе. В процессе работы над диссертацией автор проявила большую самостоятельность в выборе как теоретических источников, так и практического материала. Теоретические главы работы содержат подробное описание когнитивно-функциональных особенностей новейших англицизмов, номинирующих товары и услуги в дискурсе социальной сети ВКонтакте, а также базовых (номинативной, когнитивно-информативной, апеллятивной) и дополнительных (персуазивной, репрезентативной, маркетинговой) функций англицизмов в сетевой рекламе, размещенной в социальной сети ВКонтакте. Считаю, что диссертанту на представленном эмпирическом материале, полученном на основе опросов, тестирований и сбора информации, скрупулёзного анализа и классификации удалось выявить степень узнаваемости и одобрения использования англицизмов в рекламных сообщениях в социальной сети ВКонтакте. Использование

новейших англицизмов в рекламе социальных сетей оправдано не только их семантикой, но и их коммуникативным назначением: англицизмы узнаваемы, транслируемы, участники соцсетей одобряют их, так как они создают запоминающийся образ товара или услуги, способствуют успешной коммуникации, а также реализации рекламы в социальной сети. Корректно проведенный анализ примеров позволил автору прийти к достоверным и убедительным выводам. Заслуживают внимания количество статей, написанных соискателем в рецензируемых изданиях ВАК РФ, а также участие диссертанта в научно-практических конференциях (в том числе всероссийских и с международным участием). Совершенствуя своё языковое мастерство, А. П. Матевосян принимала участие в работе научно-методических семинаров, общалась с носителями языка различного социального и профессионального уровня по направлениям своей научно-образовательной деятельности.

На протяжении работы над диссертацией автор неизменно проявляла большой интерес к предмету исследования, работала с увлечением и стремилась подробно и аргументированно обосновать свою точку зрения. В ходе выполнения исследования проявила добросовестность и способность работать самостоятельно. В целом, можно с уверенностью утверждать, что исследование А. П. Матевосян соответствует требованиям к кандидатским диссертациям и может быть рекомендована к защите на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности – 5.9.8. – «Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика».

**Доктор филологических наук, профессор,  
(научная специальность 10.02.19 – теория языка)  
профессор кафедры английской филологии  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»**

  
**М.М.Цатурян**

**ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»  
350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская 149, ауд. 309  
Тел. раб. (861) 21-99-241  
E-mail: [kaf\\_angl@mail.ru](mailto:kaf_angl@mail.ru)  
[rector@kubsu.ru](mailto:rector@kubsu.ru)**

