

ОТЗЫВ

официального оппонента доктора филологических наук, доцента Скуратова Игоря Владимировича о диссертации **Анисимовой Екатерины Дмитриевны** на тему *«Специфика малоформативных текстов франкоязычной социальной интернет-рекламы: лингвопрагматический анализ»*, представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.6. – Языки народов зарубежных стран (романские языки (филологические науки))

Рецензируемая диссертация посвящена исследованию малоформатных текстов франкоязычной социальной интернет-рекламы и их структурным элементам (заголовок, основной текст, референс, малоформатный гипертекстовый комментарий).

Как известно, одной из новейших технологий, которая в значительной степени повлияла на функционирование современного общества, стал Интернет. Его роль как важного коммуникативного пространства способствует возникновению новых социокультурных и языковых явлений, к которым относятся реклама и рекламный текст.

Актуальность изыскания продиктована востребованностью описания прагматического воздействия социальной рекламы и её составных частей на реципиентов-зрителей.

Цель, которую ставит перед собой автор, заключается в выявлении лингвопрагматических, структурно-функциональных, лексико-грамматических и когнитивных особенностей МФТ современной франкоязычной интернет-рекламы.

Научная новизна диссертации состоит в **впервые** проведенном комплексном описании малоформатных текстов франкоязычной социальной интернет-рекламы, которые функционируют в сети Интернет, анализе основных структурно-функциональных, лексико-грамматических и когнитивно-прагматических особенностей рассматриваемых малоформатных текстов, а также дан сравнительный анализ эволюционных изменений в

восприятии ключевых концептов, функционирующих в рамках дискурса современной франкоязычной социальной рекламы.

Диссертант раскрывает структурные особенности малоформатных текстов франкоязычной социальной интернет-рекламы, которая включает в себя сочетание графического и иконического элементов, позволяющее повысить аттрактивный, интерактивный и прагматический потенциал рекламного объекта. При этом автор подчеркивает значимость графического элемента, состоящего из слогана, основного текста, референса и малоформативного гипертекстового комментария, что, выступает отличительной частью социальной рекламы, действующей в рамках интернет-дискурса.

Теоретическая значимость диссертации определяется ее вкладом в теорию прагматики и когнитивистики. Малоформатный гипертекстовый комментарий является структурно-функциональной единицей малоформатных текстов социальной рекламы с учетом его лингвопрагматического потенциала.

В практическом плане результаты изыскания могут использоваться при подготовке курсов по когнитивной лингвистике и концептологии, на практических занятиях по французскому языку.

Достоверность полученных результатов и выводов подтверждается использованием авторитетной методологией, при которой ведущая роль была отведена трудам российских и зарубежных ученых и обширному иллюстративному материалу, объемом 3416 объектов социальной интернет-рекламы на французском языке.

Композиция диссертации отличается строгой логичностью. Она включает введение три главы, которые последовательно раскрывают специфику рассматриваемых проблем, а также заключения и списка литературы.

В первой главе подробно рассмотрены основные особенности семиотического пространства интернет-дискурса. Активное развитие в сети

интернет получил дискурс социальной рекламы, поскольку именно реклама отражает самые популярные тенденции эволюции и функционирования общества. Основной моделью для построения малоформатного рекламного объекта становится сочетание иконического и графического компонентов

Вторая глава диссертации посвящена концептосфере французского языка, характеризующейся совокупностью генерализованных мыслеобразов, функционирующих в социальном сознании рассматриваемой лингвокультурной группы. Исследование концепта как единицы речемыслительного процесса осуществляется благодаря методам когнитивной лингвистики и концептологии. Концептосфера современного франкоязычного дискурса – это сложное иерархическое речемыслительное образование. Совокупность структурно-функциональных характеристик и концептуального содержания семиотического пространства современной франкоязычной социальной интернет-рекламы обуславливает её прагматический потенциал.

Третья глава затрагивает вопросы прецедентных феноменов в МФТ франкоязычной социальной интернет-рекламы, где важной её прагматически ориентированной частью являются средства художественной выразительности, позволяющие воздействовать на потенциального зрителя с помощью создания эмоционально-значимых и аттрактивных образов.

В диссертационном исследовании показано, что в семиотическом пространстве интернет-дискурса присутствуют такие его свойства, как диалогичность, эмотивность, свободное стилистическое и синтаксическое оформление, интертекстуальность.

К несомненным достоинствам работы следует отнести убедительную аргументацию относительно отобранного материала.

К достижением, которые определяют личный вклад автора в развитие современной науки о языке, относятся экстралингвистические и внутриязыковые факторы, которые обуславливают динамические процессы, затрагивающие существование языковой системы.

В результате проведенного исследования, с нашей точки зрения, заслуживают пристального внимания следующие положения: 1. Современная франкоязычная социальная реклама представлена в виде малоформатных объектов (тексты, аудиовизуальные и аудиальные элементы). 2. Малоформатный гипертекстовый комментарий представляет собой форму реализации текста в интернет-дискурсе за счет ключевых слов авторского сообщения в отдельный текст, выполняя интерактивную, коммуникативную и прагматическую функции.

Положительно оценивая логику и стиль изложения, теоретическую и практическую значимость диссертации, новизну, обоснованность выводов, личный вклад в решение поставленных задач, хотелось бы задать автору следующие вопросы: 1. Французский язык по праву считается одним из самых динамично развивающихся в мире. Находясь в постоянном развитии и обновлении, лексический состав языка открыт многочисленным влияниям и нововведениям. Поэтому вопросы языковой изменчивости, которая составляет постоянное качество языка, является центральным. Знаковой характеристикой обновления словарного состава языка выступает его неогенность – способность генерировать новые лексические единицы, которые очень распространены в современных СМИ, включая рекламу. Чем реклама отличается от слогана, в частности газетного? Ведь следует разграничивать слоган от девиза, лозунга, заголовка во французской прессе.

Работа не лишена некоторых редакционных погрешностей (с.16, 24, 32, 33, 43, 59, 63, 66, 85, 96).

Высказанные замечания и поставленные вопросы не умаляют достоинств работы, носят дискуссионный характер и не ставят под сомнение полученные результаты.

Положения, выносимые на защиту убедительно доказаны и не вызывают возражений.

Содержание автореферата отвечает основным положениям диссертации. В нем кратко изложены результаты проведенного исследования и намечены перспективы.

8 публикаций, четыре из которых представлены в изданиях, входящих в перечень ВАК РФ, одна работа проиндексирована в МБ Scopus, в полной мере отражают специфику научной работы.

Полученные автором результаты прошли апробацию в виде докладов на 4 международных и российских научных конференциях.

Диссертационное исследование Анисимовой Екатерины Дмитриевны является законченной научно-квалификационной работой. Диссертация соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п.2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Анисимова Екатерина Дмитриевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.6 «Языки народов зарубежных стран (романские языки).

Официальный оппонент:

доктор филологических наук (10.02.19 – Теория языка)

доцент

профессор кафедры германской и романской филологии

ФГАОУ ВО «ГУП»

Скуратов Игорь Владимирович

Адрес места работы: 141014, г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д.24

Почтовый адрес: 105082 г. Москва, Переведеновский переулок, д. 5

Официальный сайт университета: <https://edu.gov.ru/>

Телефон: 89268542737

Электронная почта: iv.skuratov@guppros.ru

27 мая 2024



/Скуратов И.В./

Против включения персональных данных, заключённых в отзыве, в документах, связанных с защитой указанной диссертации и их дальнейшей обработки, не возражаю.

Подпись профессора кафедры германской и романской филологии ФГАОУ ВО «Государственный университет просвещения» заверяю.

Подпись
удостоверяю

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
НАЧАЛЬНИКА
ОТДЕЛА КАДРОВ
СТРОИЛОВА Н С

