

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Мунира Антониуса Самира «Рекламная интернет-коммуникация как инструмент формирования национальных ценностей (на примере русского, арабского и английского языков)» на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание (Минск, 2026)

Диссертационное исследование А.С. Мунира посвящено изучению специфики рекламной коммуникации как инструмента формирования национальных ценностей в русском, арабском и английском языках, а также сравнению языковых характеристик и коммуникативных стратегий, используемых представителями разных лингвокультур в создании современной интернет-рекламы.

Актуальность исследования обусловлена динамичностью развития обладающей уникальными и востребованными сегодня функциональными возможностями цифровой рекламы, а также значимостью культурной составляющей рекламной коммуникации.

В качестве важных результатов проведенного А.С. Муниром исследования могут быть названы: 1) выявление особенностей цифровой рекламы как эффективного средства коммуникации с потребителями товаров и услуг и как инструмента формирования аксиологической картины мира; 2) разработка и обоснование в результате анализа ключевых коммуникационных стратегий и специфики их использования «Новой модели коммуникационных стратегий»; 3) выявление в сопоставительном аспекте лингвопрагматической роли знаков препинания в текстах цифровой рекламы; 4) выявление реализуемого в исследуемых текстах рекламных сообщений функционального потенциала образных языковых средств и приемов.

В пользу тщательности исследования А.С. Мунира свидетельствует как значительный по объему и глубине проработки фактический материал (450 цифровых рекламных сообщений на русском (150), английском (150), арабском (150) языках), так и высокая степень апробации результатов исследования: выступление с докладом на 9 научных конференциях, республиканских и международных, 23 публикации, 3 из которых – в индексированных журналах Scopus и Web of Science, 6 – в научных журналах, рекомендованных ВАК Республики Беларусь, 5 – в зарубежных научных рецензируемых журналах и др.

Научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов проведенного исследования позволяют утверждать, что работа «Рекламная интернет-коммуникация как инструмент формирования национальных ценностей (на примере русского, арабского и английского языков)» соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, а ее автор А.С. Мунир заслуживает присвоения искомой ученой степени

кандидата филологических наук по специальности 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание.

Доцент кафедры журналистики
Гродненского государственного университета
имени Янки Купалы, кандидат филологических
наук, доцент

СВ

Т.В. Сивова

