

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації «Рекламний текст у сфері освітніх послуг: лексико-граматичні та стилістичні особливості» здобувачки ступеня доктора філософії з галузі знань 03 “Гуманітарні науки” за спеціальністю 035 “Філологія”

Чжан Менвей

1. Актуальність теми дисертації

Українська лінгвістика всебічно й глибоко дослідила такий соціально-культурний та суспільно значущий феномен, як реклама. Відомі численні мовознавчі праці, присвячені дослідженню реклами в багатьох наукових напрямках: прагмалінгвістичному, соціолінгвістичному, психолінгвістичному, когнітивному, лінгвосеміотичному, лінгвостилістичному та ін. Складність дослідження полягає в різноманітності видів і жанрів рекламного тексту, наявності різнопланових комунікативно-прагматичних стратегій у його творенні, семіотичній природі, стилістиці, запрограмованій на сугестивний вплив, багатомовній реалізації рекламного тексту як глобального феномену, урешті, тісному взаємозв'язку аспектів дослідження, що зумовлює їхню взаємодію. Найбільше уваги приділено комерційній рекламі, вагомими є дослідження політичної та релігійної реклами, особливої ваги набуває дослідження соціальної реклами. Проте зовсім мало наукових шукань помічено в галузі освітньої реклами. Мовознавчі дослідження рекламного тексту у сфері освіти ілюструють лише окремі аспекти наукового опрацювання цієї теми. Лише в небагатьох наукових розвідках було висвітлено лінгвокультурні аспекти власних назв та рекламних девізів закладів вищої освіти.

Вивчення мови рекламних текстів освітньої сфери неможливе без заглиблення в природу освітньої реклами, виявлення її функцій, ознак, визначення суті об'єкта рекламування – освітніх послуг як правового, економічного та педагогічного поняття, що зумовлює зміст реклами, а відтак впливає на структуру тексту та мовотворчі особливості. Важливими чинниками, що визначають дослідження, є жанрова різноманітність, специфіка освітніх послуг та їхній обсяг, продиктовані рівнем освіти, віком адресата тощо. Отож назріла потреба теоретично обґрунтувати процес творення рекламних текстів у

сфері освітніх послуг, послідовно проаналізувати способи втілення рекламної ідеї на мовних рівнях і узагальнити особливості мовних засобів.

Тексти освітньої реклами пропонують послуги, що мають суспільний статус, оперують передусім освітньою лексикою, забезпечуючи високу інформативність, точність, смислову ємність, раціональність аргументації, водночас наповнені прагматично орієнтованими, емоційно-експресивними мовними засобами у всіх структурно-змістових частинах, покликаними реалізувати рекламні цілі. Через виявлення лексико-граматичних і стилістичних особливостей використання мовних ресурсів можна дійти висновку про способи досягнення максимальної ефективності освітньої реклами.

Тему дисертації затверджено на засіданні Вченої ради Львівського національного університету імені Івана Франка, протокол №2/12 від 29.12.2020 р.

2. Зв'язок теми дисертації з державними програмами, науковими напрямами університету та кафедри

Дисертаційна робота написана в межах колективної теми науково-дослідних робіт, які виконують викладачі кафедри українського прикладного мовознавства філологічного факультету в межах робочого часу, а також досліджень докторантів, аспірантів, студентів Львівського національного університету імені Івана Франка: «Українська мова як код нації: культурологія, історія, лінгводидактика» (номер держреєстрації 0121U110665).

3. Особистий внесок здобувача в отриманні наукових результатів

Дисертація є самостійно виконаним науковим дослідженням. На основі широкої джерельної бази розглянуто та комплексно досліджено тексти, що рекламують освітні послуги різного рівня освіти, виявлено специфіку освітньої реклами, її функції та ознаки. На конкретних прикладах проаналізовано структуру текстів досліджуваних жанрів (проспектів, буклетів, листівок і рекламних оголошень) та особливості вербалізації рекламної ідеї в кожному компоненті. Здобувачка визначила продуктивність використання лексико-граматичних класів слів у рекламних текстах освітніх послуг та, зіставивши власні результати з висновками дослідників інших видів реклами, обґрунтувала виявлені відмінності. Посилена увага до смислового ядра рекламного тексту – слогана – засвідчила його вагому роль у декларуванні освітньої філософії,

морально-етичних цінностей закладу освіти, а також у реалізації стратегії інтимізації та прагматичного впливу.

Виокремлення мовних одиниць, які в рекламному тексті освітніх послуг сприяють іміджевій характеристиці суб'єкта, що надає освітні послуги, характеристика арсеналу лексико-стилістичних засобів, зауваги щодо поліпшення мовної культури рекламних текстів відобразили поетапність дослідницьких кроків, що в комплексі дало багатогранне уявлення про досліджуваний об'єкт.

Можна стверджувати, що мовні одиниці текстів та стилістично виразні ресурси дають змогу врівноважити дві тенденції, що лежать в основі творення рекламних текстів освітніх послуг: забезпечення повноти й місткості інформації та відтворення емоційного позитивного тла.

Результати дослідження, наведені в дисертаційній роботі та опубліковані в наукових статтях, є науковим доробком авторки.

4. Достовірність на обґрунтованість отриманих результатів та запропонованих автором вирішень, висновків, рекомендацій

Одержані результати науково обґрунтовані й достовірні, бо засновані на застосуванні сучасних методів досліджень та підтверджуються багатим джерельним матеріалом. Наукові здобутки дисертації апробовано на всеукраїнських і міжнародних наукових конференціях та перевірено під час рецензування публікацій у фахових виданнях, зокрема й у науковому закордонному виданні.

5. Ступінь новизни основних результатів дисертації порівняно з відомими дослідженнями аналогічного характеру

Наукова новизна отриманих результатів зумовлена відсутністю досліджень, присвячених мові рекламних текстів у сфері освітніх послуг, які репрезентують соціально значущу галузь рекламної діяльності.

У дисертації *вперше в українській філологічній науці*:

- конкретизовано зміст поняття *реklamний текст освітніх послуг*, що дало можливість визначити структурно-змістову модель вербальної частини тексту;
- проаналізовано значний за обсягом та різномірний матеріал за його семантичними, граматичними та стилістичними характеристиками, місцем у смисловій структурі рекламного тексту та ролі в забезпеченні прагматичної цілі;

- встановлено залежність характеру мовних засобів від жанрів рекламних текстів, що відображається на рівні інформативності та емоційності, а також культури мови;

- удосконалено підхід до аналізу мови реклами, що полягає у співвіднесенні досліджуваних одиниць із структурно-сисловою схемою тексту, виявленні їхньої відповідності рекламній меті кожної її складової чи комунікативної стратегії;

набуло подальшого розвитку вивчення мови української реклами, розкриття специфіки використання мовних одиниць як іміджеологом і засобів мовленнєвого впливу.

6. Перелік наукових праць, які відображають основні результати дисертації

6.1. Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Чжан Менвей. Дослідження рекламного тексту освітніх послуг: термінологічний аспект. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної*: зб. наук. праць. Львів, 2023. Вип. 17. С. 216–224.

2. Чжан Менвей. Граматичні домінанти в тексті освітньої реклами. *Нова філологія*. Запоріжжя, 2023. Вип. 92. С. 77–87.

3. Чжан Менвей. Стилiстичні засоби творення текстiв освiтньої реклами. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Дрогобич, 2023. Вип. 69. Т. 2. С. 168–175.

4. Чжан Менвей. Мовні засоби творення позитивного іміджу суб'єктів-надавачів освітніх послуг у рекламному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. Одеса, 2023. № 64. С. 154–160.

6.2. Публікації у наукових періодичних виданнях інших держав:

5. Чжан Менвей. Рекламний текст у сфері освітніх послуг: лінгвопрагматичний аспект (на матеріалі української та китайської мов). *Slavica Wratislaviensia*. LXXVIII. Wrocław, 2023. 178. S. 119–136.

7. *Апробація основних результатів дослідження на конференціях, симпозіумах, семінарах тощо*

6. Чжан Менвей. Рекламний текст у сфері освіти : аспекти лінгвістичних досліджень. *Тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих науковців із проблем вищої освіти «Лінгвістика й лінгводидактика: здобутки і перспективи розвитку»*, 1–2 груд. 2023 р. Одеса, 2023. С. 128–130

7. Чжан Менвей. Рекламний текст у сфері освіти: українсько-китайські мовно-культурні паралелі. *Матеріали VI Міжнар. наук. конф. «Культура як феномен людського духу (багатогранність і наукове осмислення)»*, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, 18–19 листоп. 2021 р. Львів, 2021. С. 89–93.

8. Чжан Менвей. Слоган українських та китайських університетів у лінгвокультурному вимірі. *Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2021. С. 206–211.

9. Чжан Менвей. Синтаксичні особливості слоганів у текстах освітньої реклами. *«Граматичні читання»* : матеріали Міжнар. наук.-теорет. конф. Вінниця, 2023. С. 117–122.

8. Наукове значення виконаного дослідження із зазначенням можливих наукових галузей та розділів програм навчальних курсів, де можуть бути застосовані отримані результати

Отримані результати розширюють і доповнюють сучасні знання про український рекламний дискурс. Пропоноване дослідження сприятиме глибшому вивченню проблем використання мовних засобів у текстах інших жанрів освітньої реклами та інших видів реклами. Робота узагальнює відомості про освітню рекламу, її основні функції та ознаки; проведений аналіз мовних одиниць дає системне уявлення про їхнє функціонування та комунікативно-прагматичний потенціал.

Результати дисертації можуть бути використані в лекційних курсах зі стилістики, лінгвістики тексту, культури української мови, української мови за професійним спрямуванням, у спецкурсах з рекламної комунікації, а також у подальших лінгвістичних працях, присвячених проблемам мови реклами.

9. Практична цінність результатів дослідження із зазначенням конкретного підприємства або галузі, де вони можуть бути застосовані

Запропоноване в роботі комплексне вивчення мови рекламних повідомлень сприятиме кращому осмисленню складного і багатовимірного поняття рекламних текстів освітньої сфери. Узагальнення функційно-типологічних, параметрів освітньої реклами, структурно-композиційних, жанрових особливостей рекламних текстів освітніх послуг сприяло виявленню суттєвих ознак їхньої текстової організації та мовної специфіки. Зібрані матеріали будуть корисними в навчальному процесі як приклади з лексикології, граматики, ономастики, лінгвокраїнознавства для викладачів-гуманітаріїв вищих навчальних закладів.

10. Оцінка структури дисертації, її мови та стилю викладення

Дисертація за структурою, мовою та стилем викладення відповідає вимогам МОН України.

Дисертацію заслухано та обговорено на розширеному фаховому семінарі кафедри українського прикладного мовознавства філологічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка, протокол №6 від 18 березня 2024 року. Під час обговорення дисертації суттєвих зауважень, які стосуються суті роботи, не було висловлено.

У цілому дисертаційна робота Чжан Менвей «Рекламний текст у сфері освітніх послуг: лексико-граматичні та стилістичні особливості» є завершеною науковою працею в межах визначених завдань, у якій науково обґрунтовано авторський підхід до інтегрованого вивчення мовних ресурсів освітньої реклами.

Основні результати наукового дослідження відображено в 5 авторських статтях, з них 4 опубліковано в наукових фахових виданнях України, та 1 – у закордонному періодичному виданні (Польща, Вроцлав).

На основі вищенаведеного можна зробити такі висновки щодо поданої дисертаційної роботи:

1. За актуальністю обраної теми, обсягом, достовірністю та рівнем апробації отриманих результатів, науковою новизною, обґрунтованістю висновків, практичною цінністю дисертаційна робота Чжан Менвей «Рекламний текст у сфері освітніх послуг: лексико-граматичні та стилістичні особливості» відповідає Вимогам до оформлення дисертації, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 року № 40 (із змінами,

внесеними згідно з наказом Міністерства освіти і науки України від 31.05.2019 року № 759), та п. 6 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 року № 44 (із змінами, внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України від 21.03.2022 року № 341 та від 19.05.2023 року № 502)

2. Дисертація відповідає спеціальності 035 “Філологія” (галузь знань 03 “Гуманітарні науки”).

3. Наукові праці Чжан Менвей, опубліковані за результатами дисертаційної роботи, за кількістю та якістю відповідають пунктам 8-9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 року № 44 (із змінами, внесеними згідно з постановами Кабінету Міністрів України від 21.03.2022 року № 341 та від 19.05.2023 року № 502).

4. Дисертація «Рекламний текст у сфері освітніх послуг: лексико-граматичні та стилістичні особливості» Чжан Менвей рекомендується для подання до розгляду та захисту у спеціалізованій вченій раді.

Голова засідання наукового семінару,
завідувач кафедри українського прикладного
мовознавства
доктор філологічних наук, професор

Ірина КОЧАН

20 березня 2024 року

Підпис проф. Ірини КОЧАН засвідчую.

Вчений секретар

Львівського національного
університету імені Івана Франка, доц.



Ольга ГРАБОВЕЦЬКА