

**Відгук**  
**офіційного опонента на дисертацію**  
**Денисевич Олени Вікторівни**  
**„Лексика реклами в структурі мовної картини світу українців”**  
**на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук**  
**зі спеціальності 10.02.01 – українська мова**  
**(Луцьк, 2015)**

Структура мовної картини світу завжди була, є і, певне, ще довго буде об'єктом особливої уваги мовознавців. У мові відображена найбільш істотна й важлива частина загальних уявлень, тому в науці розглядають мовну картину світу і як своєрідну колективну філософію. Саме мова дає важливі відомості про особливості національного світосприйняття й національного характеру. Лінгвістика виділяє мову реклами як специфічну, фіксує її місце в системі функціональних стилів, приділяє увагу дослідженню й розробці проблем прагматики рекламного тексту, розкриттю стилістичних та структурно-семантичних особливостей цієї лексики.

Незважаючи на збільшений інтерес до мови реклами, її дослідження на сучасному етапі видаються досить рідкісними, а систематичні порівняльні розробки в галузі лексики реклами у вітчизняній лінгвістиці потребують подальшого розвитку. Номени на позначення реклами складають значний пласт у загальнонаціональному фонді української мови. Однак принципи виокремлення лексики реклами зі словника загальнолітературної мови, дослідження лексико-семантичної структури слів-стимулів, психолінгвістичних особливостей носіїв мови становлять певні труднощі й не знайшли ще свого концептуального обґрунтування у світовій та вітчизняній літературі. Тому, безперечно, наукове дослідження Денисевич Олени Вікторівни, присвячене лексиці реклами в структурі мовної картини світу українців, є **актуальним**.

Докладне ознайомлення з текстом дисертації О. В. Денисевич дає підстави стверджувати, що здобувачка, ретельно підібравши матеріал, окресливши проблему вивчення семантичної структури, організації асоціативного поля й асоціативного значення слів рекламної сфери використання, кваліфіковано

проаналізувала фрагмент мовної картини світу, репрезентований лексикою реклами.

Справляє позитивне враження обґрунтованість наведених дисертанткою висновків, які базуються як на грамотному використанні сукупності експериментальних методик (шкалування, ланцюжковий та вільний асоціативний експерименти), методики вибірки словникового матеріалу, аналізу рекламних текстів, так і на методах аналізу дефініцій, компонентного аналізу, моделювання, описового із застосуванням прийомів зовнішньої та внутрішньої інтерпретації, зіставного методу, а також системи статистичної обробки матеріалу.

Слід відзначити досить широкий діапазон матеріалів дослідження, представлений у дисертаційній роботі: результати проведення вільного асоціативного експерименту, у якому брали участь інформанти з різних регіонів України, використання різного типу словників (тлумачних, енциклопедичних, термінологічних) та посібників. Отже, зібраний для використання фактичний матеріал докладно проаналізовано та репрезентовано в контексті заявленої в роботі проблеми.

Джерельна база роботи (281 позиція) свідчить про ґрунтовне опрацювання проблеми й високий рівень наукової підготовки дисертантки, а брак вітчизняних досліджень у межах заявленої теми спонукає звернутися до зарубіжних джерел (21 позиція).

Дисертація чітко й логічною структурована. Складається зі вступу, трьох розділів, висновків та додатків, які є надзвичайно цінною частиною дисертаційної студії. Щоправда, саме для такої роботи цілком було б доречним, якби дослідниця для викладу концептуальних теоретичних положень розширила перший розділ.

У **Вступі** розкрито актуальність обраної теми, обґрунтовано мету й завдання дослідження, окреслено об'єкт і предмет наукової роботи, названо матеріали дослідження, визначено методи, наукову новизну, теоретичне й практичне значення, зазначено етапи апробації результатів дисертаційної роботи.

У першому розділі „**Проблеми психолінгвістичного дослідження свідомості мовців**” вивчено питання ментального простору українців, який є

одним із напрямів дослідження картини світу. О. В. Денисевич розглядає поняття *ментальність* і *менталітет* у філософському, психолінгвістичному та лінгвістичному аспектах (с. 11 – 13) і доходить висновку, що „семантична характеристика слова *менталітет* „сукупність психічних, інтелектуальних, ідеологічних, релігійних, естетичних і таких інших особливостей мислення народу, соціальної групи або індивіда”, яка представлена у ВТС, максимально відповідає змістовому наповненню поняття. Це дає змогу розглядати менталітет не тільки як вияв колективний, національний, а й індивідуальний, тому надаємо перевагу цьому терміну” (с. 13).

Дисертантка розглядає поняття *картина світу*, *наївна картина світу*, *медіа-картина світу*, *концептуальна картина світу*, *національна картина світу*, *національно-мовна картина світу*, спираючись на теоретичні дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців (с. 19 – 26). О. Денисевич підсумовує, що питання розмежування і співвідношення концептуальної та мовної картини світу залишається дискусійним (с. 23).

У роботі здобувачка доводить, з чим ми погоджуємося, що „особливе місце в процесі переходу понять з ККС до МКС належить рекламній лексиці, яка, використовуючи терміни різних галузей знань у своїх текстах, робить слова вузького призначення доступними для широкого загалу мовців” (с. 28).

У другому розділі роботи „**Структура асоціативного поля рекламної лексики**” дисертантка на основі теоретичних досліджень оперує видами асоціативного експерименту, що дало їй можливість використати цей експеримент як засіб дослідження мовної картини світу загалом і лексичних значень слів-стимулів зокрема (с. 32 – 37).

О. В. Денисевич висуває цілком слушну й перевірену в роботі тезу, що вільний асоціативний експеримент „є досить простим і водночас ефективним засобом дослідження не лише в психолінгвістиці, оскільки дає „живий” матеріал для побудови асоціативних полів певних понять, реконструкції фрагментів мовної та концептуальної картин світу всього етносу” (с. 37).

Розкриваючи особливості формування стимульного списку та методики проведення вільного асоціативного експерименту, дисертантка науково обґрунтувала способи відбору матеріалу, деталізувала етапи для формування стимульного списку, чітко окреслила причини залучення вікових та професійних груп. Показовим є те, що дослідження, у якому взяли участь 885 осіб, тривало загалом упродовж трьох років (із 2011 до 2013). Усе це дало можливість отримати об'єктивні дані й представити результати опитування у вигляді діаграм (с. 44).

Олена Денисевич, спираючись на наукові підходи Ю. М. Караулова, Н. В. Уфимцевої, Є. Ф. Тарасова у вивченні асоціативного поля як підґрунтя для дослідження фрагментів мовної картини світу, доходить висновку, що „асоціативне поле – це сукупність реакцій на слово-стимул, виявлених експериментально; певна модель, яка фіксує асоціативні зв'язки слів. Асоціативне поле має свою структуру, представлену *ядром та периферією*” (с. 47). Проведене на багатому фактичному матеріалі дослідження з визначення стереотипності та різноманітності реакцій, аналіз діаграм (с. 53 – 54, 56 – 57) показали, що рівень різноманітності реакцій вищий за рівень стереотипності, а це свідчить про швидку динаміку змін у мовній свідомості українців (с. 66).

У четвертому підрозділі другого розділу дисертантка класифікує реакції асоціативних полів, отриманих під час проведення вільного асоціативного експерименту, і поділяє їх на 11 типів. Усі типи виокремлені логічно й підставово обґрунтовані.

У третьому розділі „**Рекламна лексика як фрагмент мовної картини світу українців**” О. В. Денисевич аналізує денотативний та конотативний компоненти й робить висновок, що денотативний компонент максимально відповідає лексичному значенню, а конотативний – асоціативному (с. 84). У роботі представлено моделі семантичної організації асоціативних полів, що подано у вигляді блок-схем (с. 86 – 88, 96, 98, 100); семантичну сферу розглянуто як „сукупність реакцій, які об'єднуються зі словом-стимулом спільним семантичним зв'язком: 'оцінним', 'суб'єктно-об'єктним', 'діяльнісним', 'атрибутивним' тощо” (с. 84). Дисертантка докладно проаналізувала такі

семантичні сфери й дослідила частотність їх вияву: „якісні характеристики понять”, „діяльність”, „родові поняття”, „об’єкт”, „суб’єкт”, „атрибут”, „засоби” (як додаткова), „місце”, „власні назви”, „результат діяльності”, „спосіб виміру”, „сфери співпраці”, „реklamний носій” (с. 84 – 89).

Аналіз асоціативних полів, здійснений дисертанткою, базується на ідеї Б. О. Серебрянникова (с. 90). Це дало можливість зафіксувати конотативне значення в асоціативному полі у вигляді емотивних речень, фонетичних реакцій, емотиконів тощо.

У третьому підрозділі третього розділу відповідно до завдань дисертаційної роботи зіставлено асоціативне та лексичне значення заявлених стимульних лексем (с. 105 – 176). Ретельний аналіз матеріалу й вільне оперування термінами рекламної сфери свідчать про глибоке практичне розуміння дисертанткою зібраного матеріалу та отриманих результатів.

Робота завершується досить розгорнутими теоретичними **висновками**, які логічно впливають зі змісту роботи і є віддзеркаленням основних результатів наукового дослідження.

Аргументованість і доказовість тверджень, логічність викладу, використання методів і прийомів аналізу фактичного матеріалу, виваженість і належне обґрунтування висновків, новизна отриманих результатів, подані на 53 сторінках додатки до роботи, безперечно, дозволяють оцінити дисертацію Денисевич Олени Вікторівни як таку, що має теоретичну та практичну цінність. Результати роботи, без сумніву, мають практичне значення і для подальшого вивчення лексикології, лексикографії; можуть бути використані у процесі підготовки спецкурсів та спецсеминарів.

Основні положення та висновки дисертаційної роботи викладено в семи наукових працях, дві з яких опубліковані в іноземних наукових виданнях, та широко апробовані на дев’яти наукових конференціях (Переяслав-Хмельницький, Київ, Житомир, Острог, Варшава), серед яких 8 – міжнародні.

Автореферат є адекватною змістовою мікромоделлю наукового дослідження; за структурою та змістом він відповідає вимогам, що ставляться МОН України.

Віддаючи належне молодій дослідниці за скрупульозну й ретельну вибірку мовних фактів, науково виважені та обґрунтовані коментування цих фактів, усе ж висловимо деякі критичні міркування про рецензовану студію.

1. У першому розділі Олена Денисевич здійснює огляд наукових розвідок, об'єктом вивчення яких є мовна картина світу. На жаль, із тексту дисертації не видно, до якої саме наукової концепції у визначенні мовної картини світу пристає авторка.

2. На наш погляд, назва підрозділу 1.3. „Феномен мовної картини світу” (с. 26 – 30) заявлена надто широко. Оскільки феномен – це „рідкісне, незвичайне, виняткове явище” (Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і голов. ред. В. Т. Бусел – К.; Ірпінь : ВТФ „Перун”, 2005. – С. 1532), то дисертантці необхідно було б чітко сформулювати, у чому саме полягає незвичайність і винятковість мовної картини світу. Запропонований підрозділ містить лише цитати з наукових досліджень Г. В. Єлізарової, С. Я. Єрмоленко, Г. В. Колшанського, Л. А. Лисиченко, О. О. Селіванової та інших.

3. Дисертантка вмотивовано оперує поняттям „слово-стимул (слова-стимули)” відповідно до заявленого асоціативного експерименту. Бажано було б запропонувати робоче визначення цього поняття, через це дослідження виграло б у теоретичному аспекті.

Загалом робота написана грамотним науковим стилем, на жаль, трапляються дрібні технічні недоліки: відсутність пробілів між словами: *реакції:антена* треба *реакції: антена* (с. 119), *підчас* треба *під час* (с. 157); друкарські помилки: *ментальному* треба *ментальному* (с. 90), *викремив* треба *виокремив* (с. 134). Має місце порушення норм милозвучності у//в: у *асоціативному* правильно *в асоціативному* (с. 136); пунктуаційні помилки (с. 105, 119, 130) тощо.

Указані зауваження мають локальний характер, істотно не впливають на загальну дослідницьку концепцію, обрану Оленою Денисевич, і не зменшують наукової значущості дисертаційної роботи.

Висновок. Дисертація „Лексика реклами в структурі мовної картини світу українців” є завершеною, самостійно підготовленою науковою працею, відповідає вимогам, які ставляться до кандидатських дисертацій у пунктах 9, 11, 13 „Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника”, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України, а її автор, Денисевич Олена Вікторівна, заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.01 – українська мова.

**Офіційний опонент:**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української філології  
та загального мовознавства,  
заступник декана факультету  
української філології  
та соціальних комунікацій  
ДЗ „Луганський національний  
університет імені Тараса Шевченка”

Л. Л. Колесникова

Підпис Колесникової Л. Л.  
засвідчую:  
В.о. ректора ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”



18.03.2015

С. В. Савченко