

РЕЦЕНЗІЯ
на магістерську роботу Фалендаша Сергія Олександровича
«Концепт МАСКУЛІННІСТЬ у сучасній німецькомовній рекламі»
Спеціальність: 014 Середня освіта (Мова і література (німецька))
Галузь знань: 01 Освіта

Актуальність теми кваліфікаційної магістерської роботи і доцільність її розроблення. Дослідження в галузі гендерної антропології пронизали всі гуманітарні науки та наукові напрямки сучасності. Зростаючий інтерес суспільства до гендерної проблематики зумовлений розширеним поглядом на сутність поняття «гендеру», що розглядається не як природна стать, а як соціально-культурний конструкт. Все це визначає актуальність дослідження С.О. Фалендаша, який спробував визначити сутність концепту МАСКУЛІННІСТЬ саме на прикладі німецькомовної реклами. Вибір реклами у якості матеріалу дослідження зумовлений соціальною спрямованістю цього явища. Реклама є чітко зорієнтованою на свого адресата та визначає адекватні засоби впливу на нього, в тому числі й мовні, що акумулюють культурні надбання суспільства та виражають його соціальні стереотипи. Враховуючи той факт, що мовне конструювання чоловічої та жіночої ідентичності запрограмоване на генетичному рівні, а під впливом соціокультурних факторів можливі подальші модифікації гендерних характеристик, магістрант мав на меті встановити плюралізм поглядів німецького соціуму на сутність чоловіка в німецькомовному суспільстві й дати йому повну всесторонню характеристику.

Якість проведеного дослідження. Достатня кількість мовного матеріалу, який було зібрано для аналізу, вказує на те, що результати магістерської роботи С.О. Фалендаша можуть вважатись репрезентативними. Магістрант доречно обрав методи аналізу й представив фахову філологічну оцінку отриманим результатам вивчення концептуальних уявлень німецькомовного суспільства про сутність чоловіка в ньому.

Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи. Цілком доцільно, на нашу думку, що дослідження проведено на матеріалі не лише друкованої, але й відеореклами, що поглиблює розуміння сутності концепту МАСКУЛІННІСТЬ як репрезентанта культурних знань німецького народу про представників сильної частини суспільства. Не менш вдалим було залучення до аналізу позамовних факторів, які є одним із фундаментальних складників формування сутності досліджуваного концепту.

Зауваження. Хотілося б висловити деякі зауваження стосовно магістерської роботи:

1) магістрант розробив і представив цілісну систематизовану структуру концепту МАСКУЛІННІСТЬ відповідно до результатів дослідження, проведеного в другому розділі, однак жодним чином не підтвердив чи доповнив її в третьому розділі. Аналізуючи позамовні засоби, С.О. Фалендаш повністю відійшов від визначеної в попередній частині роботи стратегії, що дещо послабило теоретичну значущість отриманих результатів.

2) у роботі відсутній систематизований підхід до встановлення сутності позамовних факторів, що також формують концепт МАСКУЛІННІСТЬ. На нашу думку, це дещо ускладнює сприйняття результатів дослідження,

Практична значимість висновків і рекомендацій. Оцінюючи магістерську роботу С.О. Фалендаша загалом, зазначимо, що вона є завершеною науковою працею. Магістрант досяг поставленої мети й виконав усі визначені завдання. Тому вважаємо, що магістерська робота Фалендаша С.О. «Концепт МАСКУЛІННІСТЬ у сучасній німецькомовній рекламі» заслуговує на позитивну оцінку.

Рецензент:

доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри германської філології
Сумського державного педагогічного
університету імені А.С.Макаренка



В.І. Школяренко