

РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ,
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА



ФОНД «ШИРАКСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ.
М. НАЛБАНДЯНА»

REPUBLIC OF ARMENIA
MINISTRY OF EDUCATION, SCIENCE,
CULTURE AND SPORT

«M. NALBANDYAN STATE UNIVERSITY OF
SHIRAK» FOUNDATION

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ, ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ, ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ԵՎ ՍՊՈՐՏԻ
ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

«ՇԻՐԱԿԻ Մ. ՆԱԼԲԱՆԴՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ» ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

3126, г. Гюмри, ул. П. Севака 4,

тел. (0312)2-71-99

3126, ք. Գյումրի, Պ. Սևակի 4, հեռ. (0312)2-71-99

E-mail: info@shsu.am www.shsu.am

3126, Gyumri, str. P. Sevak 4,

tel. (0312)2-71-99

01-24 № 718

«Լեզվաբանություն» 059 մասնագիտական խորհրդի

նախագահ, Բ.Գ.Պ. Կ. Շ. Արրահամյանին

«10» 12 2025թ.

Հարգելի՛ տիկին Արրահամյան,

Ի պատասխան Ձեր՝ 19.11.2025թ.-ի N01-20/2054 գրության՝ Ձեզ ենք ներկայացնում Սպարտակ Մուրադի Մխիթարյանի «Մտաշահարկման լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները առցանց գովազդներում (հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն նյութի հիման վրա)» թեմայով Ժ.02.02 - «Ընդհանուր և համեմատական լեզվաբանություն» մասնագիտությամբ թեկնածուական ատենախոսության և սեղմագրի վերաբերյալ առաջատար կազմակերպություն հանդիսացող «Շիրակի Մ. Նալբանդյանի անվան պետական համալսարան» հիմնադրամի կարծիքը:

Հարգանքով՝

ՇՊՀ-ի ռեկտոր՝

Ե. Ստեփանյան

«Հաստատում եմ»

«Շիրակի Մ. Նալբանդյանի անվան

պետական համալսարան»

հիմնադրամի ռեկտոր՝

Ե. Սերոբյան

2025թ.



ԿԱՐԾԻՔ

ԱՌԱՋԱՏԱՐ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅԱՆ

Սպարտակ Սուրադի Մխիթարյանի «Մտաշահարկման լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները առցանց գովազդներում (հայերեն, ռուսերեն, և անգլերեն նյութի հիման վրա)» Ժ.02.02 «Ընդհանուր և համեմատական լեզվաբանություն» մասնագիտությամբ բանասիրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության մասին

Ներկայացված ատենախոսությունն իրենից ներկայացնում է կառուցվածքային, գիտական, տեսական և կիրառական արժեք ունեցող հետազոտական աշխատանք: Աշխատանքը նվիրված է մտաշահարկման լեզվագործաբանական առանձնահատկություններին առցանց գովազդներում՝ հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն նյութի հիման վրա: Հեղինակը ներկայացնում է տվյալ ոլորտի ուսումնասիրությունների համապարփակ ակնարկ, հիմնավորում է թեմայի ընտրությունը, ձևակերպում հետազոտության նպատակը, խնդիրները և մեթոդաբանությունը:

Ընտրված թեման արդիական է, քանի որ ժամանակակից աշխարհում վիրտուալ կյանքը դառնում է կենսակերպ: Զարմանալի չէ, որ առցանց գովազդները չափազանց մեծ դեր են կատարում ապրանքների վաճառքի հարցում, ուստի վերջիններս զգալի փոփոխությունների են ենթարկվում՝ մեծացնելու թիրախավորված լսարանի վրա ունեցած ազդեցությունը:

Աշխատանքի նպատակը հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն առցանց գովազդային տեքստերի մտաշահարկման լեզվագործաբանական առանձնահատկությունների

համեմատական վերլուծությունն է: Սույն նպատակին հասնելու համար առաջադրվել են մի շարք խնդիրներ:

Առաջին գլխում ներկայացվում է գովազդի ընդհանուր բնութագիրը, դրա դերը ժամանակակից հասարակության վրա, ուսումնասիրվում է նաև գովազդի ավանդական և թվային ձևերը, դրանց կառուցվածքային առանձնահատկությունները և ազդեցությունը լսարանի վրա:

Երկրորդ գլխում ուսումնասիրվում է մտաշահարկումը գովազդի մեջ և սահմանվում որպես թաքնված ազդեցություն լսարանի վրա:

Երրորդ գլխում կատարվում է հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն առցանց գովազդների համեմատական վերլուծություն՝ առանձնացնելով նաև գենդերային տարբերությունները:

Ատենախոսությունն ունի տրամաբանական հաջորդականություն, ուսումնասիրվել են մեծաքանակ գրականություն և 1800 հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն գովազդներ:

Հետազոտության տեսական հիմք են ծառայել հիմնականում Ռ.Յակոբսոնի, Չ.Լունդի, Պ.Գրեյսի, Գ. Կրեսի, Ջ.Օստնի և Ջ.Սերլի, Ասի աշխատությունները: Հետազոտության արդյունքները կարող են օգտագործվել ինչպես տեսական, այնպես էլ կիրառական նպատակներով: Գործնական արժեքայնությունը պայմանավորված է նրանով, որ հետազոտության արդյունքները կարող են օգտագործվել տարբեր ոլորտներում՝ մարքեթինգ, գովազդների պատրաստում, դասընթացներ, սոցիոլոգիա, հոգեբանություն և այլն:

Ընտրված մեթոդները՝ համատեքստային վերլուծություն, զուգադրում, դասակարգում, քանակական վերլուծություն համարժեք են հետազոտության նպատակին և ապահովում են արդյունքների վստահելիությունը:

Ատենախոսությունում ներկայացված գիտական նորույթը կայանում է երեք լեզուներով՝ հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն առցանց գովազդների մտաշահարկման համեմատական վերլուծությունը, որը հնարավորություն է տալիս բացահայտել մտաշահարկման ինչպես մշակութային, այնպես էլ լեզվական միջոցները, ինչպիսիք են տեղեկատվության դիտավորյալ թաքցնելը, զգացմունքայնության առաջացումը,

<<փոխաբերություն>>, <<կրկնություն>> և այլ ոճական հնարների օգտագործումը: Աշխատանքն արժեքավոր է հատկապես՝ այս համատեքստում: Հետազոտության եզրակացությունները ի ցույց են դնում որոշակի ազգային հատկանիշներ՝ պայմանավորված տվյալ ժամանակին բնորոշ հոգեկերթվածքով, որոնք թիրախավորվում են գովազդ պատրաստողների կողմից, և որն էլ մտաշահարկման հնարավորություն է ընձեռում վերջիններիս:

Կուզենայինք է նշել մի քանի դիտարկումներ՝

1. Հետազոտողն ուսումնասիրել է 1800 առցանց գովազդ, որոնց հիման վրա կատարվել են եզրակացություններ և կազմվել գրաֆիկներ՝ կապված գովազդներում օգտագործված խոսքի մասերի հետ: Հասկանալի է, որ ատենախոսության մեջ ներկայացված և վերլուծված են սահմանափակ քանակությամբ գովազդներ՝ ելնելով ծավալի մեծությունից, այնուամենայնիվ, արդյունքները և եզրակացությունները առավել արժանահավատ կլինեին, եթե աշխատանքը ունենար հավելված և դրանց մի մասը ներկայացվեր այնտեղ:
2. Ատենախոսության մեջ մեծ շեշտադրում է արվում Գրեյսի մաքսիմներին և ինչպես դրանցից դիտավորյալ շեղումը մտաշահարկման համար պարարտ հող է ստեղծում, որը միանշանակ ճիշտ մոտեցում է, ցանկալի կլինեին նաև դրան զուգահեռ անդրադառնալ շրջանակավորման (ֆրեյմինգի) գործառույթին և մատնանշել գովազդի ընտրության <<շրջանակը>>, օր.՝ ինչ շրջանակ է ընտրվել տվյալ գովազդի համար՝ վախի հաղթահարում, շքեղություն, պակասուրդ, ազատություն, ձգտում և այլն: Դա առավել պատկերավոր կմատնանշեր ազգային հոգեկերթվածքը, վախերը, ձգտումները և այլն՝ պայմանավորված տվյալ ժամանակաշրջանով:
3. Ավելի նպատակահարմար կլինեին համադրությունը ներկայացնել ոչ թե առանձին պարբերություններում, քանի որ «համադրություն» հասկացությունը ենթադրում է երևույթների կամ օբյեկտների զետեղում կողք-կողքի:
4. Հետազոտողը անդրադառնում է աշխատանքի տեսական և գործնական նշանակությանը և՛ նախաբանում, և՛ վերջաբանում: Առավել նպատակահարմար է դրանք ներկայացնել միայն նախաբանում:

5. Ներածական հատվածը՝ թեմայի արդիականության հիմնավորմամբ, չափազանց երկարացված է:

6. Ատենախոսության տեքստում առկա են մեծ քանակությամբ սխալներ և տպագրական վրիպակներ (մինչև 5–6 մեկ էջում, օրինակ՝ էջեր 5, 10, 17, 18, 19 և այլն):

Վերոնշյալ դիտարկումները թույլ են տալիս պնդել, որ ներկայացված ատենախոսությունը համապատասխանում է ՀՀ ԲԿԳԿ-ի գիտական աստիճանների շնորհման կարգի 7-րդ կետի պահանջներին և Սպարտակ Մուրադի Մխիթարյանը արժանի է իր հայցած Ժ.02.02 «Ընդհանուր և համեմատական լեզվաբանություն» մասնագիտությամբ բանասիրական գիտությունների թեկնածուի գիտական աստիճանին:

Կարծիքը քննարկվել և ընդունվել է 2025թ. դեկտեմբերի 9-ի «Օտար լեզուներ և գրականություն» և «Հայոց լեզու և գրականություն» ամբիոնների համատեղ թիվ 1 նիստում:

Նիստին մասնակցել են մ.գ.թ., դոցենտներ Վ. Սաֆյանը, Մ. Հարությունյանը, Լ. Տոնոյանը, Բ.գ.թ., դոցենտներ Մ. Խաչատրյանը, Հ. Իսահակյանը, Ա. Հովհաննիսյանը, Ա. Գարեգինյանը, Հ. Մատիկյանը, Ա. Հայրապետյանը:

Օտար լեզուների և գրականության ամբիոնի վարիչ,

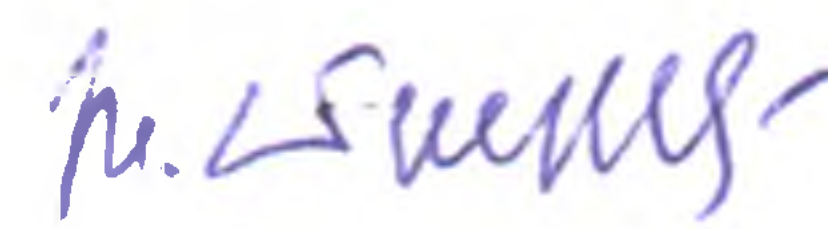
մ.գ.թ., դոցենտ՝

Հայոց լեզվի և գրականության ամբիոնի վարիչ,

Բ.գ.թ., դոցենտ՝



Վ. Սաֆյան



Մ. Խաչատրյան

09.12.2025թ.

Օտար լեզուների և գրականության ամբիոնի վարիչ Վ. Սաֆյանի և Հայոց լեզվի և գրականության ամբիոնի վարիչ Մ. Խաչատրյանի ստորագրությունները հաստատում եմ:

ՇՊՀ-ի գիտական քարտուղար, կ.գ.թ., դոցենտ՝



Կ. Պետրոսյան