

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U001998

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 28-05-2025

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



## II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Петриченко Ірина Анатоліївна

2. Iryna A. Petrychenko

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 035

Назва наукової спеціальності: Філологія

Галузь / галузі знань: гуманітарні науки

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Філологія у вимірах сьогодення: мовознавство, літературознавство, перекладознавство

Дата захисту: 06-06-2025

Спеціальність за освітою: Переклад (японська та англійська мови)

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

### **III. Відомості про організацію, де відбувся захист**

**Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради):** PhD 8305

**Повне найменування юридичної особи:** Київський національний лінгвістичний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02125289

**Місцезнаходження:** вул. Велика Васильківська, буд. 73, Київ, 03680, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

### **IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію**

**Повне найменування юридичної особи:** Київський національний лінгвістичний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02125289

**Місцезнаходження:** вул. Велика Васильківська, буд. 73, Київ, 03680, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

### **V. Відомості про дисертацію**

**Мова дисертації:** Українська

**Коди тематичних рубрик:** 16.21.03.11

**Тема дисертації:**

1. Лексико-семантичні особливості темпоральної організації японських рекламних текстів (на матеріалі цілошпальтної газетної реклами).
2. Lexical and Semantic Features of the Temporal Organization of Japanese Advertisement Texts (Based on the Full-Page Newspaper Advertising).

**Реферат:**

1. У дисертації досліджено актуальну тему складного і багатогранного явища реклами, що перебуває на стику різних дисциплін, у ракурсі її взаємозв'язків із часом навколишнього світу. Темпоральний вектор дослідження було зумовлено апріорною включеністю рекламних текстів в актуальне економічне життя людини, при цьому увагу було зосереджено на лексичних маркерах часу як опційній темпоральній категорії сучасної японської мови, а відповідно – свідомому вияві інтенцій творців рекламних текстів. Для проведення дослідження було обрано цілошпальтну газетну рекламу як максимально незалежні від впливів редакторської політики та суміжних матеріалів тексти, причому для підвищення рівня цілісності текстів серед цілошпальтної реклами не обиралися групи розрізнених мікрореклам, що лише випадково займають повну шпальту, а лише ті газетні шпальта, що були повністю викуплені одним рекламодавцем та присвячені одному товару чи послугі. Серед газет увагу було сфокусовано на японських загальнонаціональних виданнях

для уникнення локально-регіональної специфіки текстів (загалом було обрано 100 примірників газет із урахуванням накладів усіх п'яти загальнонаціональних видань), і зі сформованого масиву 294 рекламних текстів методом суцільної вибірки було виявлено 2713 лексичних маркерів часу. Усі відібрані темпоральні одиниці було класифіковано відповідно до їхньої дейктичності на абсолютні та відносні маркери часу, а також шляхом аналізу частотності окремих виразів і сталих мікроконтекстів їхнього уживання проведено детальніший огляд досліджуваних обставин часу, наявних у зазначених цілошпальтних газетних рекламних текстах. Отримані за допомогою суцільної вибірки обставин часу кількісні характеристики щодо абсолютних та відносних темпоральних виразів було використано для класифікації досліджуваних текстів – за допомогою кластерного аналізу було отримано й проаналізовано шість підгруп цілошпальтних газетних рекламних текстів відповідно до характеру використаних у них лексичних маркерів часу. У нашому випадку під час поділу на кластери не було жодних залишків чи неврахованих системою об'єктів, також середні показники у всіх отриманих групах суттєво різнилися між собою, що доводить як доцільність використання саме кластерного аналізу для класифікації досліджуваних рекламних текстів, так і свідчить про розподіл рекламних текстів у підгрупі відповідно до іманентних ознак. Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше проведено комплексне дослідження темпоральної організації японських цілошпальтних газетних рекламних текстів, класифіковано зазначені тексти за типом взаємозв'язків із часом реального світу та визначено й описано частотність уживання окремих лексичних маркерів часу рекламних текстів та сталі мікроконтексти їхнього уживання. Новими у роботі є також (а) введення до вітчизняного наукового обігу теоретичного надбання сучасних японських мовознавців і рекламних практиків, (б) систематизація та практичне застосування методики виокремлення лексичних темпоральних одиниць японськомовних текстів, (в) застосування кластерного аналізу для класифікації цілошпальтних газетних рекламних текстів. Теоретичне значення дослідження полягає в можливості застосування його результатів у сучасній медіалінгвістиці – в аспекті внеску роботи у висвітлення динаміки рекламного світосприйняття та моделей побудови адресантсько-споживацьких відносин, а також проблем існування східного й західного інваріантів рекламної комунікації; у лінгвокраїнознавстві – зважаючи на здійснену в роботі систематизацію історії становлення та розвитку рекламної комунікації в Японії, а також диференційних ознак японських друкованих медіа та японської газетної реклами. Теоретична база дисертаційної роботи поглиблює основні засади таких мовознавчих дисциплін, як лінгвокультурологія, теорія дискурсу, стилістика, лексикологія тощо. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості подальшого використання дослідження японських газетних рекламних текстів, загалом, і вираження в них темпоральності, зокрема, для викладання сучасної японської мови, а саме таких курсів – «Японська мова», «Лексикологія японської мови», «Переклад текстів засобів масової інформації з японської мови», «Культура мовлення японською мовою», «Лінгвокраїнознавство Японії», «Теорія і практика перекладу з японської мови», «Практичний курс перекладу (японська й українська мови)», «Основи теорії й практики перекладу з японської мови».

2. The dissertation explores the topic of complex and multidisciplinary phenomenon of advertising in the perspective of its relations with the time of outside world. The temporal vector of the study was chosen due to a priori connection of advertising with the actuality of economic life, and the focus was made on lexical markers of time as an optional temporal category of the modern Japanese language which therefore consciously manifest intentions of the creators of advertisement texts. For the study, full-page newspaper advertising was chosen as the form most independent from the influence of editorial policy and surrounding materials, and in order to increase the level of self-sufficiency among full-page advertisement texts the pages completely bought by one advertiser and devoted to one product or service were chosen and not the groups of scattered micro-advertisements. The focus was also made on Japanese national newspapers in order to avoid local and regional specialties of texts (a total of 100 copies of newspapers were selected taking into account the circulation of all five national newspaper brands), and out of the 100 copies all full-page advertising devoted to one product were chosen making the corpus of 294 advertisement texts. In the corpus, a total of 2713 lexical temporal markers were identified and further studied. All selected lexical markers were classified basing on their deictic features, and a detailed analysis of the qualitative composition of temporal markers was carried out by studying the frequency of individual expressions,

stable contexts of their usage etc. On the other hand, the obtained quantitative characteristics of the absolute and relative time expressions of each advertisement text were used for statistical classification of the studied texts – using cluster analysis, several combinations of groups of advertisement texts were obtained and analyzed in accordance with the nature of the used lexical temporal markers. In our case when classified into clusters there were no leftovers or texts not accounted for. Also the average indicators of absolute and relative time expressions for texts in all the obtained groups differed significantly from each other. That proves that using cluster analysis to classify the studied advertisement texts is feasible, and indicates that the distribution of texts into groups is in accordance with their immanent characteristics. The scientific value and theoretical significance of the work lies in the fact that for the first time a frontal study of the temporal organization of Japanese full-page newspaper advertisement texts was carried out, and the texts were classified according to the type of their relations with the time of outside world. Also, the frequency of usage of the lexical markers of time in advertising texts and the stable contexts of the usage were determined and described. The practical significance of the results is based on the study of Japanese newspaper advertisement texts and the nature of their temporality. The results can be used both in teaching the modern Japanese language and for the education of advertising practitioners with the knowledge of international matters.

**Державний реєстраційний номер ДіР:**

**Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:** Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

**Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:** Не застосовується

**Підсумки дослідження:** Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

**Публікації:**

- 1. Петриченко, І. А. (2013). Парадигма «Схід-Захід» у сучасній рекламній комунікації. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», 39, 238-240. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.31986.52165>
- 2. Петриченко, І. А. (2013). Рекламна комунікація та час: японське бачення. Мовні і концептуальні картини світу, 45, 85-89. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.16887.02725>
- 3. Петриченко, І. А. (2018). Часово-модальність японських дієслів у художніх творах після реставрації Мейджі. Мовні і концептуальні картини світу, 63, 88-91. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.13908.00645>
- 4. Petrychenko, I. (2015). Мовні і концептуальні картини світу, 54, 111-114.
- 5. Petrychenko, I. (2014). Мовні і концептуальні картини світу, 49, 273-277. [https://www.researchgate.net/publication/350153431\\_Japanese\\_printed\\_medias\\_Diachronic\\_characteristics\\_ba](https://www.researchgate.net/publication/350153431_Japanese_printed_medias_Diachronic_characteristics_ba)

**Наукова (науково-технічна) продукція:**

**Соціально-економічна спрямованість:**

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Планується до впровадження

**Зв'язок з науковими темами:**

**VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Вознюк Ганна Анатоліївна

2. Hanna A. Vozniuk

**Кваліфікація:** к. філол. н., 10.01.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Київський національний лінгвістичний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02125289

**Місцезнаходження:** вул. Велика Васильківська, буд. 73, Київ, 03680, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

## **VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів**

### **Офіційні опоненти**

#### **Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Аністратенко Лідія Сергіївна

2. Lidia S. Anistratenko

**Кваліфікація:** к. філол. н., 10.02.13

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-3488-6159

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

**Код за ЄДРПОУ:** 02136554

**Місцезнаходження:** вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, Київ, 04053, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Департамент освіти і науки, молоді та спорту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)

**Ідентифікатор ROR:**

#### **Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Забуранна Ореста Володимирівна

2. Oresta V. Ziburanna

**Кваліфікація:** к. філол. н., 10.02.15

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0009-0009-0436-3566

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Львівський національний університет ім.І.Франка

**Код за ЄДРПОУ:** 02040987

**Місцезнаходження:** Університетська, 1, Львів, 79000, Україна

**Форма власності:**

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:** Не застосовується

### **Рецензенти**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Любимова Юлія Сергіївна

2. Yuliia S. Liubymova

**Кваліфікація:** к. філол. н., доцент, 10.02.13

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-6315-0378

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Київський національний лінгвістичний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02125289

**Місцезнаходження:** вул. Велика Васильківська, буд. 73, Київ, 03680, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Борис Дмитро Петрович

2. Dmytro P. Borys

**Кваліфікація:** к. філол. н., доцент, 10.02.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-7726-152X

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Київський національний лінгвістичний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02125289

**Місцезнаходження:** вул. Велика Васильківська, буд. 73, Київ, 03680, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

## **VIII. Заключні відомості**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
голови ради**

Костанда Ірина Олександрівна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
головуючого на засіданні**

Костанда Ірина Олександрівна

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Стефанова Наталія Олександрівна

**Реєстратор**

УкрІНТЕІ

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є  
відповідальним за реєстрацію наукової  
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна