Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0412U001996

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 19-04-2012

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Волкова Ольга Анатоліївна
2. Volkova Olga Anatolijivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 10.02.01

Назва наукової спеціальності: Українська мова

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 14-03-2012

Спеціальність за освітою: 7.010103

Місце роботи здобувача: Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"

Код за ЄДРПОУ: 02066769

Місцезнаходження: Україна, 61070, м. Харків, вул. Чкалова, 17

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): К 64.053.05

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Код за ЄДРПОУ: 02125585

Місцезнаходження: вул. Алчевських, 29, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61002, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

Код за ЄДРПОУ: 02125585

Місцезнаходження: 61168, м. Харків, вул. Алчевських, 29

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 16.21.33

Тема дисертації:

1. Український рекламний текст і рекламний бренд: апперцепція мовного знака

2. Ukrainian advertising text and promotional brand: apperception of linguistic sign

Реферат/анотація:

1. Об'єкт - український рекламний текст як комунікативна одиниця в його мовностилістичній організації та прагматичних настановах; мета - з'ясувати специфіку семантичного, асоціативного й прагматичного потенціалу рекламного бренда як мовного знака, що функціонує в українському рекламному тексті, з огляду на апперцептивну спроможність бренда впливати на дії реципієнта щодо вибору того чи того товару; методи - дескриптивно-емпіричний (для з'ясування формальних, семантичних, функціональних характеристик рекламного дискурсу); структурного моделювання (для з'ясування взаємодії вербальних і невербальних компонентів рекламної композиції); контекстуально-дистрибутивний (для встановлення взаємозв'язку між формальними і смисловими аспектами рекламного тексту); лексичного, структурно-семантичного (компонентного) та стилістичного аналізу (для визначення лексико-семантичних особливостей українського рекламного тексту); концептуального аналізу (для виявлення ключових концептів україномовного

рекламного дискурсу); описовий (для текстової репрезентації отриманих результатів), опитування та анкетування; новизна - вперше запропоновано новий аспект вивчення рекламного дискурсу, зокрема виявленням апперцептивного потенціалу рекламного бренда як мовного знака, що функціонує в національному рекламному тексті з чіткою прагматичною настановою; сформульовано основні теоретичні положення й науковий інструментарій дослідження, окреслені тенденції, узагальнення й висновки, що розширюють і доповнюють наукове вивчення рекламної інтеракції як психологічно вмотивованого, суспільного мовно-комунікативного явища в контексті певної національно-культурної парадигми; вивчено й описано такі аспекти дослідження: рекламний знак у ментально-концептуальних площинах української комунікативної свідомості, вербальна репрезентація українського культурного простору в рекламному тексті, вербальні й невербальні складники композиційної побудови рекламного дискурсу та їхня взаємодія в аспекті аргументації, використання іншомовних товарних знаків у дискурсі української реклами; результати - фактичний матеріал, основні положення та висновки дисертації можуть бути використані у викладанні загальнотеоретичних і практичних лінгвістичних курсів із лексикології, стилістики, соціолінгвістики, етнолінгвістики, спецкурсів "Мовний аспект сучасної української реклами", "Українська реклама як явище соціокультурної комунікації", а також курсів соціології, психології та рекламного бізнесу; галузь - лінгвістика

2. The object is the Ukrainian advertising text as communicative unit in its linguo-stylistic structure and pragmatic direction; the aim is to define the character of semantic, associative and pragmatic potential of brand as linguistic sign that is functioning in the Ukrainian advertising text subject to brand's apperceptive ability to affect on recipient's goods choice activities; methods that are used: descriptive- empirical (to ascertain formal, semantic and functional features of advertising discourse); structured modelling (to ascertain interaction of verbal and nonverbal components of advertising composition); contextual-distributional (to ascertain interconnection between formal and notional aspects of advertising text); lexical, structural-semantic (component) and stylistic analysis (to ascertain lexico-semantic features of Ukrainian advertising text); conceptual analysis (to ascertain key concepts of Ukrainian advertising discourse); descriptive (textual representation of findings), survey and polling; the novelty lies in offering a new aspect in study of advertising discourse, particularly in elicitation of apperceptive potential for brand as linguistic sign that is functioning in the national advertising text with well-defined pragmatic direction; main theoretical point and scientific research means are stated and together with defined trend, generalization and inferences lead to dilatation and augmentation of scientific investigation of advertising interaction as psychologically motivated social and linguo-communicative phenomena in the context of particular national-cultural paradigm; the following aspects of research are studied and described: advertising sign in mental-conceptual area of Ukrainian communicative consciousness, verbal representation of Ukrainian cultural space in advertising text, verbal and nonverbal components of composite advertising discourse formation and their interaction in argumentation aspect, usage of foreign trade marks (brands) in Ukrainian advertising discourse; results - factual material, main statements and inferences can be used in general-theoretical and practical linguistic courses on lexicology, stylistics, sociolinguistics, ethnolinguistics, and specialized courses "Linguistic aspect of modern Ukrainian advertising", "Ukrainian advertising as phenomenon of sociocultural communication", as well as in courses on sociology, psychology and advertising; field - linguistics

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Маленко Олена Олегівна
2. Malenko Olena Olegivna

Кваліфікація: к.філол.н., 10.02.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Стишов Олександр Анатолійович
2. Стишов Олександр Анатолійович

Кваліфікація: д.філол.н., 10.02.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Редін Петро Олексійович

2. Редін Петро Олексійович

Кваліфікація: к.філол.н., 10.02.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Гулак Анатолій Тихонович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Гулак Анатолій Тихонович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності Юрченко Т.А.