

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0822U100406

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 25-01-2022

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Давиденко Алла Олександрівна

2. Davydenko Alla O.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 035

Назва наукової спеціальності: Гуманітарні науки. Філологія

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 17-01-2022

Спеціальність за освітою: Філологія. Англійська мова та література.

Місце роботи здобувача: Національний авіаційний університет

Код за ЄДРПОУ: 01132330

Місцезнаходження: проспект Любомира Гузара, буд. 1, м. Київ, 03058, Україна

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): ДФ 26.053.047

Повне найменування юридичної особи: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Код за ЄДРПОУ: 02125295

Місцезнаходження: вул. Пирогова, 9, м. Київ, 01030, 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: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Код за ЄДРПОУ: 02125295

Місцезнаходження: вул. Пирогова, 9, м. Київ, 01030, Україна

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. Об'єктивація дискурсовірних концептів TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я, SUCCESS/УСПІХ у англо- та українськомовній комерційній рекламі
2. Objectification of Discourse-forming Concepts TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я, SUCCESS/УСПІХ in English- and Ukrainian-language Commercial Advertising

Реферат:

1. У дисертації розроблено новий когнітивно-дискурсивний підхід до дослідження базових концептів TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я, SUCCESS/УСПІХ у англо- та українськомовних текстах, зокрема комерційної реклами. Уточнено визначення терміна дискурсивний концепт у його когнітивному розумінні (на тлі таких суміжних термінів, як концепт, концептуальне утворення, метаконцепт) для встановлення і характеристики механізму утворення вторинного сигніфікативного значення, пов'язаного із висвітленням структурних компонентів досліджуваних концептів у зіставному вимірі. Обґрунтовано, що у площині вторинної сигніфікації найменування товару або послуги має асоціюватися із символом успішності, уособленням родини, втіленням здоров'я; відповідно, придбання

товару – із засобом набуття певних якостей або здійснення досягнень. У розробці комплексної методики дослідження залучено інструментарій міждисциплінарних спеціальних методів і прийомів лінгвістики, у тому числі зіставного, компонентного, концептуального, семіотичного аналізу, здобутків теорії релевантності, теорії мовленнєвих актів і інших прагмалінгвістичних напрямів, у поєднанні з методикою концептуальної інтеграції, елементами дискурсивно-семіотичного, архетипного і інтертекстуального аналізу. Визначено відмінні і спільні особливості у реалізації концептів TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я SUCCESS/УСПІХ у кожній із досліджуваних мов на вербальному, прагматичному, стилістичному, семіотичному, у тому числі візуальної семіотики на рівнях їхньої експлікації. Базове поняття роботи дискурсотвірний концепт інтерпретується як конфігурація ціннісних смислів, що визначають концептуальний простір дискурсів комерційної реклами і апелюють до цільового компоненту мотиваційних потреб адресата з метою формування певних типів споживчих ідентичностей як дискурсивних конструктів. Установлено, що залучення у рекламі досліджуваними мовами дискурсотвірних концептів спрямовано на досягнення другого рівня сигніфікації або міфологізації – коли найменування товару буде ототожнюватися у потенційних клієнтів із цілісним концептом, його концептуальними ознаками або дескрипторами. Новим у дисертаційній праці є дискурсивно-семіотичний аспект виявлення структурних ознак концептів TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я і SUCCESS/УСПІХ з огляду на проблему дискурсивного конструювання споживчих ідентичностей.

2. The thesis introduces a new cognitive-discursive approach to the study of the basic concepts TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я, SUCCESS/УСПІХ in English and Ukrainian texts, including commercial advertising. The study defines the term discursive concept in its cognitive framework against such related terms as concept, conceptual formation, metaconcept to reveal the mechanism of formation of secondary. connotative significative meaning associated with the structural components of the concepts under consideration. It is substantiated that due to the secondary signification the name of the product or service is attributed the meaning of the symbol of success, the personification of the family, the embodiment of health; accordingly, the purchase of goods is associated with the means of acquiring certain qualities or achievements. A comprehensive research methodology involves a set of interdisciplinary special methods of linguistics, including comparative, componential, conceptual, semiotic analyses, added by the method and means of relevance theory, the theory of speech acts and other pragmatic theories, combined with methods of conceptual integration, archetypal, discursive-semiotic, and intertextual analyses. The research has identified distinctive and general features of the concepts TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я, SUCCESS/УСПІХ in each of the studied languages at the verbal, pragmatic, stylistic, semiotic, including visual semiotics, levels of their objectivation. The basic concept of study is the definition of the discourse-forming concept, which is specified as a configuration of value meanings that determine the conceptual space of commercial advertising discourse by appeals to the target component of a person's motivational needs to form certain types of consumer identities as discursive constructs. It is established that the involvement of discourse-forming concepts in advertising in the studied languages is aimed at achieving the second level of signification or mythologizing – when the name of the product will be identified by potential customers with a holistic concept, its conceptual features, or descriptors. New in the dissertation is the discursive-semiotic aspect of identifying the structural features of the studied concepts TRADITION/ТРАДИЦІЯ, FAMILY/РОДИНА, HEALTH/ЗДОРОВ'Я, SUCCESS/УСПІХ given the problem of discursive construction of consumer identities.

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. Леміш Наталія Євгенівна
2. Lemish Nataliia Yevhenivna

Кваліфікація: д.філол.н., 10.02.17

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. Кравченко Наталія Кимівна
2. Kravchenko Natalia K.

Кваліфікація: д. філол. н., 10.02.15

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. Сніцар Валентина Павлівна

2. Snitsar Valentyna P.

Кваліфікація: к.філол.н., 10.02.17

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Балабан Олена Олександрівна

2. Balaban Olena Oleksandrivna

Кваліфікація: к.філол.н., 10.02.15

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. Анохіна Тетяна Олександрівна

2. Anokhina Tetyana Oleksandrivna

Кваліфікація: д. філол. н., 10.02.17, 10.02.21

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

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

Матвеева Світлана Анатоліївна

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

Матвеева Світлана Анатоліївна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Реєстратор

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



Юрченко Т.А.