Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0412U005594

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 25-09-2012

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Велика Ірина Олегівна
2. Veluka Irina Olegovna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 10.02.04

Назва наукової спеціальності: Германські мови

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 20-09-2012

Спеціальність за освітою: 802030302

Місце роботи здобувача: Запорізький національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02070849

Місцезнаходження: 69063 м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64

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): Д 26.001.11

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: вул. Володимирська, 60, м. Київ, Київська обл., 01033, 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: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 64

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. Гендерні стереотипи у німецькомовному рекламному дискурсі.

2. Gender stereotypes in the German advertising discourse.

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено дослідженню особливостей актуалізації стереотипів маскулінності і фемінності в німецькомовному рекламному дискурсі. У роботі виявлено стереотипи мужності і жіночності, які є класичними з погляду німецькомовної картини світу. Ці стереотипи визначено шляхом вибудовування концептополів оцінних номінацій на позначення осіб чоловічої і жіночої статі, а також шляхом аналізу гендерно маркованих паремій. Німецькомовний рекламний дискурс досліджено щодо вербалізації наведених стереотипів, а також проаналізовано за допомогою нового підходу, з урахуванням як лінгвістичного, так і екстралінгвістичного складників гендерних наративів рекламного дискурсу. Лінгвістичний аспект дослідження охоплює як граматичний аналіз тексту рекламного повідомлення, так і лексичний аналіз, що дає змогу поглянути на рекламні наративи як на комплексне явище, врахувати всі їхні складники. Під екстралінгвістичним компонентом гендерного наративу розуміють кольорову гаму,

персонажів реклами, а також розмір шрифту і структуру рекламного повідомлення.

2. The thesis deals with the problem of masculinity and femininity stereotypes actualized in the German advertising discourse. The stereotypes of maleness and womanliness as parts of German linguistic world image have been defined and researched. These stereotypes have been stated on the basis of structural analysis of the concept fields represented by German male and female nominations. Gender stereotypes have been verified by semantic analysis of paremiis, containing FRAU and MANN constituents. German advertising discourse is also researched from the point of view of the represented stereotypes verbalization. The analysis of advertising discourse is conducted with the help of a new approach, which spans extra-linguistic and linguistic components of advertising narratives. Colour scale, advertising characters, size of print and structure of advertising message are interpreted as non-verbal components of the advertising narrative. The linguistic aspect of analysis comprises as grammatical analysis of the text of advertising message, so lexical study. It allows to regard advertising narratives as a complex phenomenon and to research all its constituents.

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. Пилипенко Ростислав Євгенович
2. Pilipenko Rostislav Evgen ‘evich

Кваліфікація: д.філол.н., 10.02.16

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. Петренко Олександр Дем'янович

2. Петренко Олександр Дем'янович

Кваліфікація: д.філол.н., 10.02.04

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. Франко Оксана Богданівна

2. Франко Оксана Богданівна

Кваліфікація: к.філол.н., 10.02.04

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 Бєлова Алла Дмитрівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Бєлова Алла Дмитрівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.