Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0420U100379

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-02-2020

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гордун Світлана Миколаївна

2. Hordun Svitlana Mykolaivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

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: 13-02-2020

Спеціальність за освітою: Мова і література (англійська)

Місце роботи здобувача: Комунальний заклад загальної середньої освіти "Луцький ліцей №28 Луцької міської ради "

Код за ЄДРПОУ: 21733534

Місцезнаходження: вул. Дубнівська, 32, м. Луцьк, Луцький р-н., Волинська обл., 43010, 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): Д 17.051.02

Повне найменування юридичної особи: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Запорізький р-н., Запорізька обл., 69600, 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: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Код за ЄДРПОУ: 02125102

Місцезнаходження: пр. Волі, 13, м. Луцьк, Луцький р-н., Волинська обл., 43025, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 16.21.47

Тема дисертації:

1. Терміносистема екомаркетингу: структурно-семантичні та функціональні параметри (на матеріалі англомовної публіцистики)

2. Eco-marketing Terminological System: Structural, Semantic and Functional Parameters (Based on the English Mass Media Texts)

Реферат/анотація:

1. У дисертації здійснено аналіз структурно-семантичних і функціональних параметрів терміносистеми екомаркетингу на матеріалі англомовної публіцистики. Визначено понятєвий апарат і методологію дослідження англомовної терміносистеми екомаркетингу. Описано шляхи формування й етапи становлення досліджуваної терміносистеми. Розкрито структурно-семантичні особливості термінів екомаркетингу англійської мови. З'ясовано, що основними шляхами творення термінів екомаркетингу в англійській мові є синтаксичний та морфологічний. Проаналізовано синонімічні, антонімічні, полісемантичні й омонімічні відношення терміносистеми екомаркетингу. Розроблено тематичну класифікацію термінів екомаркетингу. Охарактеризовано синтаксичні, морфологічні та семантичні особливості публіцистичних текстів

екомаркетингу. Описано основні функції термінів екомаркетингу в публіцистичних текстах. Визначено термінологічну насиченість публіцистичних текстів екомаркетингу. Укладено англо-український глосарій термінів екомаркетингу.

2. This thesis focuses on the structural, semantic and functional parameters of eco-marketing terminological system based on the English mass media texts. An eco-marketing term is defined as a lexical unit artificially created or derived from the natural language which is used to express the notion of professional, scientific, and theoretical activity of experts in the field of eco-marketing. It is interconnected and interacts with other terms, thus forming the eco-marketing terminological system. In the thesis the analysis of structural-semantic and functional parameters of the eco-marketing terminological system based on the English mass media texts is carried out. The conceptual apparatus and research methodology of the English eco-marketing terminological system are identified. The ways of eco-marketing terminological system formation are described. It is determined that eco-marketing terminological system is an ordered set of terms that express eco-marketing concepts. The nucleus of the eco-marketing terminological system includes many terms of related disciplines, because eco-marketing is a new branch of economic science which is formed at the intersection of economy, marketing and ecology. In the thesis structural-semantic features of English eco-marketing terms are revealed. The word-forming analysis of the eco-marketing terms showed that most terms are two components terminological phrases. The morphological method of word-formation is also widely spread. Regarding the semantic characteristics of eco-marketing terminology, it is worth stating that synonymy and antonymy are quite common in eco-marketing terminological system, while polysemy and homonymy are represented only by several examples. In the course of study the thematic classification of English eco-marketing term is developed. All terms of the analysed terminological system are divided into eight thematic groups, the largest one is the group «Terms denoting environmentally friendly products, services and materials». The concept of «mass media eco-marketing text» is defined as the complete message, organized according to the model of scientific and mass media style, which describes human interaction with the environment, and uses language means in order to perform its linguistic communicative role. The syntactic, morphological and semantic features of English eco-marketing mass media texts have been characterized. The absolute frequency of all eco-marketing terms is defined on the basis of the Corpus of Contemporary American English, which made it possible to divide the eco-marketing terms into frequently used terms, medium-frequency terms, and rarely used terms. Comparing magazine and newspaper articles gives the possibility to all mass media eco-marketing texts contain in-disciplinary, interdisciplinary, and general scientific terms and common vocabulary. However, in newspaper articles, the total number of terms is lower than in magazine articles. Regarding the function of the eco-marketing term in mass media texts, the main functions of the term are considered to be communicative, significative, and nominative. However, depending on the intention of the author, the eco-marketing terms can carry out an emotional and advertising function. In addition, the eco-marketing terms were divided into terms with cognitive value and terms with information density. Moreover, the number of terms with information density in mass media texts of eco-marketing is much higher. The analysis of the relative frequency of in-disciplinary, interdisciplinary, and general scientific eco-marketing terms in mass media texts shows that in specialized journals the number of in-disciplinary terms is higher, and there are more interdisciplinary terms in the newspaper articles. The material also showed that the terminological density of the English mass media texts increases towards the end of the text. The thesis made it possible to conclude that English eco-marketing terminological system is characterized by a low frequency of use of in-disciplinary terms, because of the close relationship of the given terminological system with the terminological systems of related disciplines. The study of eco-marketing terminological system in modern English mass media texts opens up new perspectives for further analysis of the role of scientific and technical terminological systems in enriching the lexical system of the English language, as well as improves the methods of analysis of eco-marketing terminological system.

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. Калиновська Ірина Миколаївна

2. Kalynovska Iryna Mykolaiivna

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Єнікеєва Санія Маратівна

2. Yenikieieva Saniia Marativna

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. Лазебна Наталія Валеріївна
2. Lazebna Nataliia Valeriivna

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 Зацний Юрій Антонович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Зацний Юрій Антонович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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