Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0411U000435

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-02-2011

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Самаріна Вікторія Вікторівна

2. Samarina Viktoriya Viktorivna

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: 26-01-2011

Спеціальність за освітою: 7.030502

Місце роботи здобувача: Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Код за ЄДРПОУ: 02071168

Місцезнаходження: вул. Ярослава Мудрого, 25, м. Харків, 61002

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 64.051.16

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Код за ЄДРПОУ: 02071205

Місцезнаходження: Україна, 61022, м. Харків, майдан Свободи,4

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 16.41.21

Тема дисертації:

1. Німецькомовний рекламний дискурс: прагматичний, когнітивний та лінгвостилістичний аспекти

2. German Advertising Discourse: Pragmatic, Cognitive and Linguostylistic Aspects

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: сучасна німецькомовна реклама як тип тексту та дискурсу. Мета дослідження: виявлення системних зв'язків між лінгвостилістичними, лінгвопрагматичними та лінгвокогнітивними аспектами німецькомовного рекламного дискурсу для визначення лінгвальних засобів створення та функціонування реклами. Методи: лінгвопрагматичний, лінгвокогнітивний і лінгвостилістичний аналіз: стилістичний, семантико-синтаксичний, когнітивно-семантичний, контекстуальний, когнітивно-інформаційний, а також лінгвосинергетичний метод. Теоретичне значення: внесок у прагмастилістику (визначення мовленнєвих стратегій рекламного дискурсу, кодів первинної та вторинної реклами, опис актуального членування та стилістичних фігур тексту реклами); когнітологію (виокремлення та опис текстових концептів і їхнє фреймове представлення); дискурсологію (застосування синергетичного методу до рекламного дискурсу). Практична цінність: використання результатів у лекційних курсах „Стиль та його моделювання в комунікативно-мовленнєвій діяльності", „Мовні засоби образності та експресивності", „Функціональні стилі", у спецкурсах з лінгвопрагматики та лінгостилістичної інтерпретації тексту. Наукова

новизна: вперше встановлені характеристики німецькомовної реклами в поєднанні лінгвостилістичних, лінгвопрагматичних та лінгвокогнітивних аспектів; описано мовленнєві стратегії реклами; визначено лінгвістичні чинники реклами як типу тексту та дискурсу; описано лінгвокогнітивну та лінгвостилістичну підсистеми тексту та дискурсу реклами; виявлено принципи когерентності тексту реклами та його семантико-синтаксичні особливості. Уперше в дослідження запроваджено синергетичний метод для обґрунтування самоорганізації дискурсу реклами. Сфера використання: вищі навчальні заклади освіти.

2. The object of the research is modern German advertisement as a text and discourse type. The objective of the research is to figure out systemic links between linguostylistic, linguopragmatic and linguocognitive aspects of an advertising discourse in German to determine language means of advertisement generation and functioning. Methods: linguopragmatic, linguocognitive and linguostylistic analysis: stylistic, semantic-syntactic, cognitive-semantic, contextual, cognitive-informationaland linguo-synergetic method. Theoretical value: contribution to pragmastylistics (definition of speech strategies of advertising discourse, codes of primary and secondary advertising, description of actual division and stylistic figures of an advertising text); cognitology (singling out and description of textual concepts and their frame presentation); discoursology (application of synergetic methods to advertising discourse). Practical value: usage of result in lecture courses in “Style and its modeling in communicative-speech activity”, “Linguistic methods of figuration and expressivity”, “Functional styles”, as were as in special courses of linguopragmatics and linguostylistic interpretation of the text. Scientific novelty: for the first time characteristics of German advertising have been ascertained in the unity of linguostylistic, linguopragmatic and linguocognitive aspects; speech strategies of advertising have been described; linguistic advertising factors as a text and discourse type have been determined; linguocognitive and linguostylistic subsystems of advertising text and discourse have been described; principles of coherence of advertising text and its semantic and syntactic particularities have been found. For the first time, synergetic method has been introduced into a research to ground self-organisation of advertising discourse. Sphere of use: higher educational institutions.

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. Піхтовнікова Лідія Сергіївна

2. Pikhtovnikova Lidiya Sergijivna

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Козловський Віктор Володимирович
2. Козловський Віктор Володимирович

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. Бублик Іраїда Федорівна
2. Бублик Іраїда Федорівна

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 Шевченко Ірина Семенівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Шевченко Ірина Семенівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.