Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0408U002072

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-05-2008

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Паршук Наталія Володимирівна
2. Parshuk Nataliya Volodymyrivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 10.02.02

Назва наукової спеціальності: Російська мова

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 18-04-2008

Спеціальність за освітою: 8. 030502

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.001.19

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. Вербалізація спонукальної інтенції у російському рекламному тексті

2. Verbalization of the inducement intention in Russian advertising text

Реферат/анотація:

1. Дисертацію присвячено вивченню вербальних та невербальних засобів впливу російської реклами на свідомість споживача з метою спонукання його до придбання товару. На основі аналізу друкованих рекламних оголошень дореволюційного, радянського та сучасного періодів про продаж харчових продуктів виявлено тенденції розвитку російського рекламного тексту, визначено вплив екстралінгвальних чинників на структуру та словниковий склад рекламного тексту в різні історичні періоди, виявлено потенціал системно-структурних елементів рекламного повідомлення у процесі впливу на свідомість реципієнта, розроблено лінгвосеміотичну модель розвитку російського рекламного тексту. У дослідженні проаналізовано особливості різних рівнів рекламного тексту - від графічного до текстолінгвістичного, виявлено спільні та розбіжні риси цих рівнів у різні історичні епохи, також визначено роль невербального компонента рекламного тексту у процесі впливу на свідомість та підсвідомість реципієнта. Результати

проведеного дослідження дозволяють стверджувати, що рекламне оголошення формувалось як особливий жанр масмедійного тексту, істотно збільшилось семантичне навантаження вербального компонента за рахунок скорочення довжини речення і тексту загалом, а також через зміну функції рекламного повідомлення від інформативної до функції впливу і далі - навіювання. Для реалізації спонукальної інтенції рекламісти трьох історичних періодів вдавалися до різних засобів, використовуючи все більш широкий спектр як вербальних, так і невербальних засобів впливу на свідомість споживачів. Загалом, спонукальна інтенція модифікувалася від відкритих закликів до прихованих, непідконтрольних свідомості форм навіювання.

2. The thesis is devoted to studying verbal and nonverbal means of influencing the consumer's consciousness with the purpose of inducing him to make a purchase in Russian advertising texts. The analysis of pre-revolutionary, Soviet and modern printed foodstuff advertisements revealed the tendencies of Russian advertising text development, the influence of extralinguistic factors on the advertising text structure and vocabulary in the course of history, the influence potential of the advertising message's structural elements on the recipient's consciousness. The results of the research also allowed the elaboration of the linguistic-semiotic model of the evolution of Russian advertising texts. The paper analyzes the features of different advertising text levels, reveals the generic and distinctive features of these levels within the three historical periods, ascertains the role of the nonverbal component of the advertising text in influencing the recipient's consciousness and subconsciousness. The results of the research prove, firstly, that the advert had been formed as a specific genre of mass media text, secondly, that the semantic load of the verbal component has essentially increased through reduction of sentence and text length and also through the change of the advertising message function - from informative to influential and, eventually, to the function of suggestion. Advertising experts of the three historical periods resorted to different means in realizing the inducement intention, using an ever expanding spectrum of both verbal and nonverbal means of influence on the consumer's consciousness. On the whole, the intention of inducement to make a purchase modified from open appeals to latent forms of suggestion.

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. Слухай Наталія Віталівна

2. Slukhai Natalia Vitaliivna

Кваліфікація: д.філол.н., 10.02.01, 10.02.02

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. Семенюк Олег Анатолійович
2. Семенюк Олег Анатолійович

Кваліфікація: д.філол.н., 10.02.01, 10.02.02

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. Вишницька Юлія Василівна
2. Вишницька Юлія Василівна

Кваліфікація: к.філол.н., 10.02.02

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	Мойсієнко Анатолій Кирилович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Мойсієнко Анатолій Кирилович
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.