Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0407U001744

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 25-04-2007

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Бурейчак Тетяна Сергіївна

2. Bureychak Tetyana Serghiyivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 22.00.04

Назва наукової спеціальності: Спеціальні та галузеві соціології

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 20-04-2007

Спеціальність за освітою: 7.040201

Місце роботи здобувача: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: 79000, м. Львів, вул. Університетська, 1

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 26.229.01

Повне найменування юридичної особи: Інститут соціології Національної академії наук України

Код за ЄДРПОУ: 02030293

Місцезнаходження: вул. Шовковична, 12, м. Київ, Київська обл., 01021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Національна академія наук України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: 79000, м. Львів, вул. Університетська, 1

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 04.51.54

Тема дисертації:

1. Конструювання ґендерних ідентичностей в дискурсах реклами

2. Construction of Gender Identities in Advertising Discourses

Реферат/анотація:

1. У дисертації пропонується аналіз реклами як одного з визначальних механізмів конструювання символічного зв'язку між конс'юмеристськими практиками та ґендерними ідентичностями. Розроблена та емпірично підтверджена авторська концептуальна схема виміру ґендерних дискурсів реклами, яка уможливлює цілісний аналіз змісту рекламних ґендерних дискурсів та специфіки їх інтерпретації аудиторією. Ця схема, зокрема, охоплює модель структури та позиціонування домінуючих і альтернативних ґендерних дискурсів та модель їх декодування аудиторією. Здійснено аналіз практик рекламної артикуляції цих ґендерних дискурсів та особливостей їх сприймання і оцінювання різними ґендерно-віковими групами.

2. Analysis of peculiarities of gender identities construction in the framework of consumer culture, which is actively developing in modern Ukrainian society, is the basis of this research. Special emphasis is placed on the development of a complex conceptual approach to the study of gender discourses in advertising. Discourse analytical approach has become the basis for the theoretical definition and empirical study of gender identities and their notions promoted by advertising and perceived by audience. According to this approach gender identity can

be considered as a discourse, i.e. as a structure of interconnected meanings, which defines the concepts of masculinity/femininity and legitimizes membership of a particular gender group. Existence of a range of definitions of masculinity and femininity is the evidence of the number of gender discourses and inevitable competition among them. The antagonism of gender discourses is solved by the domination (hegemony) of particular discourses (due to their spread in mass consciousness, values, stereotypes, support on state level and mass media etc.). This leads to their subduing of other discourses that aspire to definition of the same semantic field. It is suggested that gender discourses are classified according to their power influence, spread in mass consciousness and particular way of definition of gender identities into dominant, alternative and mixed type. Diverse practices of this gender discourse classification in advertising are analysed in the thesis. The conceptual approach to the measurement of gender discourses of advertising, offered in the dissertation combines a model of structure and positioning of gender discourses and a model of their decoding by an audience. According to this a multi-method study, which embraced specially developed procedures of content-analysis and focus-group discussion, was accomplished. A study of the dominant gender representations in advertisements reveals their general correspondence to the patriarchal discourse. It manifests itself in opposite meanings of masculinity and femininity when it deals with appearance and public/private sphere attachment. In particular, visual domination of women and audio domination of men was among the main research findings. These representational practices legitimise the ideals of women's attractive appearance and female recognition and actualization as an object of gaze. Male characters tend to be depicted as a subject which defines social reality. Stressing the importance of female beauty advertising also offers certain criteria for its construction. Being young and attractive are among them. Meanwhile advertisements offer a quite blurred image of female beauty, assuming that there are a variety of ways for women to express their attractiveness. As to male appearance in advertising, one can observe the opposite tendencies in representations - wider range of age for male characters, however more strictly defined criteria for appearance. In most cases this represents traditional roles divisionbetween the one who look and the one who is being looked at.

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. Черниш Наталія Йосипівна

2. Chernysh Nataliya Yosypivna

Кваліфікація: д.соц.н., 22.00.01

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. Костенко Наталія Вікторівна
2. Костенко Наталія Вікторівна

Кваліфікація: д.соц.н., 22.00.04

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. Малес Людмила Володимирівна
2. Малес Людмила Володимирівна

Кваліфікація: к.соц.н., 22.00.04

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 ВОРОНА В.М

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні ВОРОНА В.М

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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