Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0419U000130

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-01-2019

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Теодорська Людмила Іванівна

2. Teodorska Liudmyla Ivanivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 27.00.06

Назва наукової спеціальності: Прикладні соціально-комунікаційні технології

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 28-12-2018

Спеціальність за освітою: Журналістика

Місце роботи здобувача: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Код за ЄДРПОУ: 02071205

Місцезнаходження: майдан Свободи, 4, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61022, 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): К 26.807.04

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214159

Місцезнаходження: вул. Євгена Коновальця, 36, м. Київ, Київська обл., 01601, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури України

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: майдан Свободи, 4, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61022, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 19.21, 19.45, 19.71

Тема дисертації:

1. Дитяча аудиторія як адресат і посередник у рекламній комунікації.

2. Children's Audiences as a Recipient and a Mediator in Advertising Communication.

Реферат/анотація:

1. Робота присвячена виявленню основних аспектів впливу, що використовуються в рекламі, у якій діти постають як адресати і як посередники в комунікації. Було виявлено вікові та ґендерні особливості сприйняття рекламних явищ, окреслено пріоритети сучасної дитячої аудиторії щодо рекламних повідомлень. Було визначено, який вплив реклама має на дитину та на формування її як особистості. Дослідження передбачало визначення різновидів звернення до дитячої аудиторії в різних контекстах, окреслення стану законодавчого та етичного регулювання реклами за участю дітей в Україні, проведення анкетування дітей та підлітків з метою виявлення загального ставлення до рекламних явищ залежно від вікових та ґендерних параметрів, відстеження рекламних зразків з огляду на специфіку формування та впливу на дитячу аудиторію стереотипів, у тому числі ґендерних. Ключові слова: адресат, анкетування, вік, ґендер, дитяча аудиторія, дитячі вподобання, посередник, рекламна комунікація, рекламні пріоритети, рекламні стратегії.

2. The dissertation focuses on revealing the main aspects of influence used in advertising, in which children appear both as recipients and mediators. The age and gender characteristics of the perception of advertising phenomena are determined, as well as the prior choice advertising messages of modern children's audiences are outlined. The impact of advertisement on a child as a whole and its personal identity formation in particular was defined. The object is children's audiences, shown as a recipient and a mediator in advertising communications, and advertising examples with childhood images in them. The main ideas of the study are to determine the types of appealing for children in different contexts, to outline the state of legislative and ethical regulation of children involved advertising in Ukraine, to conduct questionnaires for children and youth in order to identify the general attitude to advertising phenomena depending on age and gender (within the boundaries of the city of Kharkiv and the Kharkiv region). Besides, the ideas of the thesis are to study the stereotype formating role, including gender ones, of advertising samples and its influence on children's audience; to highlight the most popular advertising images among children and youth; to identify the methods used in children's advertising, which are the basis of interaction with the audience. In the first section «Theoretical and Methodological Principles of the Study» the works of Ukrainian and foreign scientists who studied issues related to the children's audiences and advertising communications are examined and systematized. The concepts of «advertising», «advertising communication», «audience», «child», «childhood» are developed from the views of various scientists and different scientific perspectives. The definition of «children's audiences» was reformulated and improved, based on the above-mentioned concepts. The peculiarities and specifics of involving children in advertising processes are emphasized, as well as the possibility of a pathogenic impact of advertising on children's audiences. This section examines both legislative and ethical framework of governing the use of children and childhood images in advertising communications. In addition to the legal and ethical documents which control advertising and its interaction with children, laws and codes that directly protect children from a possible harmful media influence and that can be extended to advertising activities are considered here. The second section of the dissertation «Advertising Through the Eyes of Children's Audiences (Based on the Questionnaire)» is devoted to the questioning of children's audiences on advertising phenomena within the boundaries of the city of Kharkiv and the Kharkiv region. The methodology of the research and the peculiarities of preparatory process are presented here. The focus is on the specifics of conducting questionnaires among children's audiences which is the whole contingent of nine schools, pupils of 1–11-ths grades, and on the processing of a large number of questionnaires (totally 5028 polled schoolchildren, aged from 6 to 18) with the help of technical means and mathematical actions. The results are presented according to age, the degree of education and gender separately. The aim was to determine the changes in answering the suggested questions in aging children; to show this tendency in quantitative terms in detail, as well as to see if the results are different for male and female audiences, respectively, taking into consideration the age of respondents. The third section «Creative and Functional Dimension of "Children's" Advertising in the Ukrainian Media Space» focuses on three types of advertisements: the most attractive advertising for children; the most memorable advertising for them; advertisements with childhood images, and advertising messages targeted toward children and youth. Also, advertising videos which contain childhood images are examined to determine the whole reason why children are involved (attraction of attention, persuasion, manipulation etc.). The most attractive advertisements for primary school children, which consider them as target audience (advertisings of toys, games, constructors etc.), are depicted on the basis of questionnaire's responses. Key words: advertising communication, advertising priorities, advertising strategies, advertising, age, children's audiences, children's preferences, creative-fuctional aspect, gender, male and female audience, questionnaire, recipient and mediator in advertising communication, Ukrainian media space.

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. Хавкіна Любов Марківна
2. Хавкіна Любов Марківна

Кваліфікація: д. соц. ком., 27.00.06

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. Циховська Елліна Дмитрівна
2. Tsykhovska Ellina Dmytrivna

Кваліфікація: д. філол. н., 10.01.03, 10.01.05

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. Андрєєва Олександра Сергіївна

2. Andrieieva Oleksandra Serhiivna

Кваліфікація: к. соц.ком., 27.00.06

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 — Новальська Тетяна Василівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні — Новальська Тетяна Василівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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