Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0226U004204

Державний реєстраційний номер: 0123U102731

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-07-2026

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Актуальні проблеми функціонування медіасфери

Початок етапу: 06.2023

Закінчення етапу: 05.2026

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, буд. 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380322582111

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, буд. 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380322582111

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Актуальні проблеми функціонування медіасфери

Назва роботи англійською:

The Actual Problems of Functioning of Media Sphere

Реферат українською:

Метою дослідження стало виявлення основних тенденцій та обґрунтування першочергових завдань, що стоять перед різними сегментами медіасфери України, які і виступають об'єктами дослідження (видавнича справа, реклама та PR) в сучасних умовах протистояння інформаційним загрозам та викликам. Досліджено проблеми у діяльності чинних медіасуб'єктів, а також запропоновано рекомендацій для їх подолання: □ у сегменті видавничої справи, що змінюється під впливом суспільно-політичних подій та з використанням цифрових технологій, актуалізувалися проблеми змін тематики видань, зміни у конфігурації видавничого ринку через появу нових гравців - суб'єктів видавничої справи та необхідність адаптації до нових форм споживання інформації; □ у сегменті реклами актуальними є питання прозорості й етики: так, таргетована реклама породжує виклики щодо захисту приватності користувачів та використання особистих даних; інтеграція реклами в медіаконтент вимагає чіткого розмежування редакційного матеріалу і рекламної інформації, щоб уникнути порушень журналістської етики тощо; □ PR-сегмент також стикається з актуальними викликами: це, зокрема, стосується управління іміджем в умовах швидкого поширення інформації через соціальні мережі. PR-стратегії часто включають не тільки традиційні канали комунікації, а й нові цифрові платформи, де критично важливою є швидкість реакції на різні ситуації. Важливим аспектом є етика PR, оскільки маніпуляції з іміджем організацій або осіб можуть призводити до втрати довіри з боку громадськості.

Реферат англійською:

The aim of the study was to identify the key trends and substantiate the priority tasks facing various segments of Ukraine's media sphere, which constitute the objects of the research (publishing, advertising, and public relations), under the current conditions of countering information threats and challenges. The study examines the problems faced by contemporary media actors and proposes recommendations for addressing them: □ In the publishing sector, which is undergoing transformation under the influence of socio-political developments and the widespread adoption of digital technologies, the most pressing issues include changes in publication themes, the reconfiguration of the publishing market due to the emergence of new publishing entities, and the need to adapt to new forms of information consumption; □ In the advertising sector, the key challenges concern transparency and ethics. Targeted advertising raises significant issues related to user privacy and the processing of personal data, while the integration of advertising into media content requires a clear distinction between editorial material and commercial messages in order to prevent violations of journalistic ethics; □ The public relations sector is likewise confronted with pressing challenges, particularly in the area of reputation management amid the rapid dissemination of information through social media. Contemporary PR strategies increasingly rely not only on traditional communication channels but also on digital platforms, where prompt responses to emerging situations are of critical importance. Ethical considerations in public relations are equally significant, as manipulative image-building practices involving organizations or individuals may undermine public trust.

Індекс УДК: 001.2:[82+7, 7:655, , 655.4

Коди тематичних рубрик: 12.21.41, 18.01.66, 19, 19.51.61

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Зелінська Надія Віталіївна

Науковий ступінь: д.філол.н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Аналітичні матеріали, призначені для використання безпосередньо в медійному середовищі та у навчальному процесі – при підготовці майбутніх медійників

Назва НТП англійською: Analytical materials intended for use directly in the media environment and in the educational process - in the preparation of future media professionals

НТП, яку передбачалося створити: Створено

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Аналітичні матеріали

Галузь застосування: 72.20 Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Отримані матеріали з рекомендаційною метою можна використовувати при плануванні видавничого репертуару, створенні власного видавництва, визначенні оптимального формату видавничого продукту (традиційний, візуальний, електронний) та розробленні стратегії просування продукції на книжковому ринку; впроваджувати у діяльність рекламних компаній та PR-агенцій для використання при розробленні нових брендів, в організації різноманітних івентів, враховувати при виборі іміджевих технологій у сфері публічного адміністрування, налагодження ефективної взаємодії між владою та громадянами.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Інше (Оптимізація сучасних комунікаційних процесів у медіасередовищі)

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Не впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 01.2027

Закінчення етапу: 12.2028

Споживачі продукції: Суб'єкти видавничої, рекламної та PR-діяльності, студенти відповідних освітніх програм

Перспективні ринки: України

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Демидов Іван Васильович
д. т. н., 05.12.02

Перелік осіб-виконавців

Івасенко Лілі Олександрівна

Капраль Ірина Іванівна
(к. філол. н., доц.)

Кулинич Мирослава Миронівна
(к. соц.ком., доц.)

Листвак Галина Богданівна
(к. соц.ком., доц.)

Михайлович Ольга Петрівна
(к. соц.ком., доц.)

Стадник Ольга Василівна

Ткач Леся Миколаївна
(к. філол. н., доц.)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Рибалкіна Ірина Борисівна

Телефон

(032)258 27 46

Реєстратор

Юрченко Тетяна Анатоліївна

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Тетяна Анатоліївна