

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U001231

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-04-2025

Статус: Запланована

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



## II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Садівнича Марина Володимирівна

2. Maryna Sadivnycha

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-3943-7635

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 061

Назва наукової спеціальності: Журналістика

Галузь / галузі знань: журналістика

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: 20728 журналістика

Дата захисту: 27-12-2022

Спеціальність за освітою: 061 Журналістика

Місце роботи здобувача: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Харківська, буд. 116, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

### **III. Відомості про організацію, де відбувся захист**

**Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради):** PhD 512

**Повне найменування юридичної особи:** Сумський державний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 05408289

**Місцезнаходження:** вул. Харківська, буд. 116, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

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

**Повне найменування юридичної особи:** Сумський державний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 05408289

**Місцезнаходження:** вул. Харківська, буд. 116, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

### **V. Відомості про дисертацію**

**Мова дисертації:** Українська

**Коди тематичних рубрик:** 19.21.91, 19.01.11

**Тема дисертації:**

1. Соціально-психологічні аспекти авторських матеріалів франчайзингових видань: механізми, функції, способи реалізації
2. Socio-psychological aspects of author's materials of franchise publications: mechanisms, functions, methods of implementation

**Реферат:**

1. У дисертації вивчено, теоретично узагальнено та розв'язано комплексну проблему щодо механізмів, функцій, тематичного діапазону, типології, способів реалізації соціально-психологічних особливостей текстів авторської журналістики в системі франчайзингових видань України. Усебічне розроблення зазначеного питання дозволило показати визначальні ознаки співвіднесеності індивідуально-психологічних характеристик авторів із концептуалізацією та інтерпретацією інформації в матеріалах, із психолінгвістичними характеристиками текстів; окреслити соціальну детермінанту авторської журналістики франчайзингових журналів як одну з головних складових їхніх соціокомунікаційних стратегій; класифікувати авторські тексти за особливостями емоційного забарвлення; схарактеризувати прийоми, функції, способи реалізації авторського досвіду в медіатексті; систематизувати відомості про становлення та особливості функціонування найбільш знаних франчайзингових видань в Україні. Також удосконалено теоретико-

методологічні критерії вивчення авторської журналістики, набуло подальшого розвитку дослідження особливостей ділових, гендерно маркованих, галузевих журналів; визначення проблемно-тематичного діапазону транснаціональних видань. Актуальність полягає в тому, що вперше в журналістикознавчій та соціокомунікаційній практиці всебічно досліджено авторський текст, у якому відбиті різні соціально-психологічні аспекти, чітко виражена позиція автора, прочитується його досвід, світоглядна складова, механізми текстотворення тощо. Для вивчення обрані видання, що в Україні виходять на умовах франчайзингу. Об'єктом дослідження виступили авторські тексти, розміщені у франчайзингових журналах. Предметом – соціально-психологічні детермінанти як визначальні складники авторського соціокомунікаційного дискурсу. Мета роботи – розв'язання комплексної проблеми авторської журналістики, пов'язаної з механізмами, функціями та способами реалізації соціально-психологічних особливостей текстів у системі франчайзингових видань України. Хронологічні межі дослідження охоплюють 2016–2021 рр. як найбільш сучасний період розвитку українського медіаринку. Емпіричну базу склали 403 авторські тексти, розміщені в друкованих та електронних версіях франчайзингових видань «Forbes Україна», «Marie Claire Україна», «L'Officiel Україна» та «Playboy Україна». Також для визначення загальних тенденцій функціонування франчайзингових журналів як окремого соціокомунікаційного сегмента українського медіаринку розглянуті «Elle Україна», «Cosmopolitan Україна», «Harper's Bazaar Україна», «Vogue Україна», «Touch-magazine Україна», «Esquire Україна», «Maxim Україна», «Men's Health Україна», «National Geographic Україна», додатки «Forbes woman Україна» та «Elle Man Україна». Головним методичним критерієм до вивчення об'єкта визначаємо соціально-комунікаційний підхід, що передбачає опрацювання особливостей франчайзингових видань, їхніх соціокомунікаційних стратегій, ролі та місця авторської журналістики в системі вищезазначеного типу медіа. Предмет дослідження потребував використання низки новітніх методів із таких дисциплін, як соціальна психологія, медіапсихологія, психолінгвістика. У ході дослідження з'ясовано, що, вивчаючи окремі франчайзингові видання, науковці передусім звертають увагу на історію їх виникнення і становлення, цільову аудиторію, типологічні характеристики, функції, місце в системі національних засобів масової інформації, маркетингові технології, концептосферу тощо. При цьому оминається один значущий чинник – розуміння соціально-психологічних аспектів авторських матеріалів як соціокомунікаційного інструменту сучасної журналістської практики. У той же час приклад франчайзингових видань засвідчує, що розвиток медіасфери тісно пов'язаний з авторською журналістикою. Франчайзингові журнали є яскравою ілюстрацією того, як функціонують масмедіа в епоху глобалізації. Будучи транснаціональними виданнями, вони поєднують та переплітають між собою культурні традиції різних народів, показують, як змінюються соціально важливі теми й проблеми, уявлення про світ, погляди, моральні норми та цінності. Типоформуєчими атрибутами досліджуваного сегмента журналів є такі ознаки, як територія розповсюдження, економічні принципи, характеристика засновника. Тож на основі виділених типологічних характеристик можемо говорити, що франчайзингові видання – це міжнародні медійні бренди, які мають локальні представництва в різних країнах і видаються на певних економічних умовах (продаж ліцензії) під маркою медіакомпанії-засновниці. Проаналізовані франчайзингові журнали, що видаються або видавалися в Україні на початку XXI ст., умовно розділені на три великі групи: ділові, гендерно марковані та галузеві. Визначальними чинниками такого поділу стали їхнє цільове призначення (читацька аудиторія) й тематичне спрямування.

2. The dissertation studies, theoretically summarizes and solves a complex problem regarding the mechanisms, functions, thematic range, typology, and methods of implementing the socio-psychological features of the texts of authorial journalism in the system of franchised publications in Ukraine. Comprehensive development of the specified issue allowed us to show the defining features of the correlation of the individual psychological characteristics of authors with the conceptualization and interpretation of information in the materials, with the psycholinguistic characteristics of the texts; to outline the social determinant of the authorial journalism of franchised magazines as one of the main components of their socio-communication strategies; to classify authorial texts according to the features of emotional coloring; to characterize the techniques, functions, and methods of implementing the authorial experience in the media text; to systematize information about the formation and

peculiarities of the functioning of the most famous franchised publications in Ukraine. The theoretical and methodological criteria for studying authorial journalism have also been improved, and the study of the features of business, gender-marked, and industry magazines has been further developed; the problem-thematic range of transnational publications has been determined. The relevance lies in the fact that for the first time in journalism and socio-communication practice, an authorial text has been comprehensively studied, which reflects various socio-psychological aspects, clearly expresses the author's position, reads his experience, worldview, mechanisms of text creation, etc. Publications published in Ukraine under franchising conditions were selected for study. The object of the study was authorial texts published in franchised magazines. The subject is socio-psychological determinants as defining components of the author's socio-communication discourse. The purpose of the work is to solve the complex problem of authorial journalism related to the mechanisms, functions and methods of implementing socio-psychological features of texts in the system of franchised publications in Ukraine. The chronological boundaries of the study cover 2016–2021 as the most modern period of development of the Ukrainian media market. The empirical base was made up of 403 authorial texts published in the printed and electronic versions of the franchised publications "Forbes Ukraine", "Marie Claire Ukraine", "L'Officiel Ukraine" and "Playboy Ukraine". Also, to determine the general trends in the functioning of franchised magazines as a separate socio-communication segment of the Ukrainian media market, "Elle Ukraine", "Cosmopolitan Ukraine", "Harper's Bazaar Ukraine", "Vogue Ukraine", "Touch-magazine Ukraine", "Esquire Ukraine", "Maxim Ukraine", "Men's Health Ukraine", "National Geographic Ukraine", the supplements "Forbes woman Ukraine" and "Elle Man Ukraine" were considered. The main methodological criterion for studying the object is the socio-communication approach, which involves studying the features of franchise publications, their socio-communication strategies, the role and place of authorial journalism in the system of the above-mentioned type of media. The subject of the study required the use of a number of innovative methods from such disciplines as social psychology, media psychology, psycholinguistics. During the study, it was found that, studying individual franchise publications, scientists primarily pay attention to the history of their emergence and formation, target audience, typological characteristics, functions, place in the system of national mass media, marketing technologies, concept sphere, etc. At the same time, one significant factor is bypassed - understanding the socio-psychological aspects of authorial materials as a socio-communication tool of modern journalistic practice. At the same time, the example of franchise publications shows that the development of the media sphere is closely related to authorial journalism. Franchise magazines are a vivid illustration of how mass media function in the era of globalization. Being transnational publications, they combine and intertwine cultural traditions of different peoples, show how socially important topics and problems, worldviews, views, moral norms and values are changing. The typological attributes of the studied segment of magazines are such features as the territory of distribution, economic principles, and characteristics of the founder. Therefore, based on the identified typological characteristics, we can say that franchise publications are international media brands that have local representative offices in different countries and are published on certain economic terms (sale of a license) under the brand of the founding media company.

**Державний реєстраційний номер ДіР:**

**Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:** Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

**Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:** Розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки

**Підсумки дослідження:** Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

**Публікації:**

- Садівнича М. Медіапсихологічні особливості авторських колонок журналу «L'Officiel Україна»: емоційна домінанта. Образ : науковий журнал. Суми ; Київ, 2019. Вип. 3(25). С. 106–113
- Садівнича М. «Elle Ukraine» та «Elle Man Ukraine»: комунікаційні стратегії та читацькі реакції. Журналістика : наук. зб. К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2019. С. 155–164
- Садівнича М. Від еротичного контенту до воєнних реалій: проблемно-тематичний діапазон журналу «Playboy Україна». Образ : науковий журнал. Суми ; Київ, 2022. С. 54–63
- Садівнича М. В. Адаптація контенту франчайзингових журналів для жінок до потреб українського медіаринку (на прикладі «Cosmopolitan Україна»). Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2021 Vol. IX(48). Iss. 261. Pp. 81–84
- Садівнича М. В. Психологічні особливості відображення особистості публіциста в подорожніх нарисах (на прикладі «Forbes Україна»). Молодий вчений. 2018. №7. С. 463–467

**Наукова (науково-технічна) продукція:** методи, теорії, гіпотези; аналітичні матеріали

**Соціально-економічна спрямованість:**

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Впроваджено

**Зв'язок з науковими темами:**

## **VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Гаврилюк Інна Леонідівна

2. Inna Havryluk

**Кваліфікація:** к. соц.ком., доц., 27.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0001-7454-3540

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Сумський державний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 05408289

**Місцезнаходження:** вул. Харківська, буд. 116, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

## **VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів**

**Офіційні опоненти**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Кутуза Наталя Валеріївна

2. Natalia Kutuza

**Кваліфікація:** д. філол. н., професор, 10.02.01

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-0816-326

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

**Код за ЄДРПОУ:** 02071091

**Місцезнаходження:** вул. Дворянська, буд. 2, Одеса, 65082, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Кіца Мар'яна Олегівна

2. Mariana Kitsa

**Кваліфікація:** к. соц.ком., доц., 27.00.06

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-0704-5012

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Національний університет "Львівська політехніка"

**Код за ЄДРПОУ:** 02071010

**Місцезнаходження:** вул. Степана Бандери, буд. 12, Львів, 79013, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Рецензенти**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Жиленко Ірина Рудольфівна

2. Iryna Zhylenko

**Кваліфікація:** д. філол. н., професор, 10.01.05

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-1982-710X

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Сумський державний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 05408289

**Місцезнаходження:** вул. Харківська, буд. 116, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Ковальова Тетяна Вікторівна
2. Tetyana Koval'ova

**Кваліфікація:** к. соц.ком., доцент, 27.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** 0000-0002-6551-4139

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Сумський державний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 05408289

**Місцезнаходження:** вул. Харківська, буд. 116, Суми, Сумський р-н., 40007, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

## **VIII. Заключні відомості**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
голови ради**

Яненко Ярослав Васильович

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
головуючого на засіданні**

Яненко Ярослав Васильович

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Бойко Антон Олександрович

**Реєстратор**

УкрІНТЕІ

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є  
відповідальним за реєстрацію наукової  
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна