Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0416U001314

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 22-02-2016

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Колесницька Наталія Мар'янівна

2. Kolesnycka Nataliya Mar'yanivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 23.00.03

Назва наукової спеціальності: Політична культура та ідеологія

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 28-01-2016

Спеціальність за освітою: 8.03020401

Місце роботи здобувача: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: 79013, Україна, м.Львів, вул. С.Бандери, 12

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 26.053.12

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: 79013, Україна, м.Львів, вул. С.Бандери, 12

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 11.15.82

Тема дисертації:

1. Політико-культурні чинники брендингу Львівської області

2. Political and Cultural Factors of Lviv Region Branding

Реферат/анотація:

1. Дослідження розкриває поняття брендингу Львівської області, виходячи із політико-культурних особливостей її становлення і сучасного розвитку. Проаналізовано взаємозв'язок між ментальністю, ідентифікацією територіальною соціалізацією, політичною культурою, що позначається на можливостях та якості бренду регіону. Визначено роль бренду як комунікативної складової у процесі міжрегіональної взаємодії та управління самим регіоном. Здійснено теоретичний аналіз основних політико-культурних чинників і механізмів бренду. Сформульовано конкретні рекомендації щодо оптимізації наявного бренду Львівщини з урахуванням змін ідентифікації і самоідентифікації населення, загальнонаціональних особливостей розвитку та міжнародного позиціонування України, успішного досвіду налагодження комунікативних зв'язків на шляху позиціонування культурних, історичних, інтелектуальних, соціально-економічних переваг регіону.

2. The thesis is devoted to research the concept of Lviv region's branding on the basis of political and cultural particularities of this process. The paper analyzes the relationship between the mentality, political culture and

identity; indicated significant impact territorial socialization. The role of brand is determined as a communication component in the process of inter-regional cooperation, and in the management by region. The theoretical analysis of the major political and cultural factors and mechanisms of brand is done. It is formulated specific recommendations for optimizing existing brand while respecting the communicative features political and cultural factors. It is emphasized that the different experiences of political practices, multi-vector migration process, different degrees of cultural assimilation, varying geopolitical, religious orientation between the regions of Ukraine form specific to each field of branding. The history of Lviv, including Anti-Soviet ideological propaganda, cultural activities, political opposition, church and religious underground reflected the inhabitants of the territory. The brand is positioned as the image of Lviv region historically ancient, culturally rich, traditionally self-governing land, whose inhabitants think themselves primarily citizens of Ukraine. A theoretical analysis of the basic communicative strategies and mechanisms for regional branding is performed. It comes to value bases of interaction of state bodies, local authorities and civil society as an effective mechanism to promote the interests of the territory, creating a favorable environment formation region brand. The thesis investigates the main trends of image's creating taking into account political and cultural factors. Strategies are proposed for optimizing the communicative space of branding, that based on the idea of using national history, culture, symbols. The basic manipulative techniques of modern mass media in creating the image of Lviv region in the consciousness of Ukrainian people which is not veracious are partially uncovered, that can be used for the purposeful influence on emotional and perceptual sphere feelings. Regional management and self-image policy that in a democratic transformations should consider Ukrainian as mental features of different regions, and those shifts in political consciousness, culture and behavior of citizens taking place in recent years are viewed. Specific recommendations for optimizing the communicative space and making emphasis on knowing true history are given.

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. Гулай Василь Васильович
2. Gulai V. V.

Кваліфікація: д.політ.н., 23.00.03

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. Тихомирова Євгенія Борисівна

2. Тихомирова Євгенія Борисівна

Кваліфікація: д.політ.н., 23.00.03

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. Жабінець Наталія Валеріївна

2. Жабінець Наталія Валеріївна

Кваліфікація: к.політ.н., 23.00.03

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 О. В. Бабкіна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні О. В. Бабкіна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.