

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U003584

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 27-08-2025

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дідик Оксана Юріївна

2. Oksana Y. Didyk

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 052

Назва наукової спеціальності: Політологія

Галузь / галузі знань: соціальні та поведінкові науки

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Політологія

Дата захисту: 27-08-2025

Спеціальність за освітою: 052 Політологія

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 10310

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Код за ЄДРПОУ: 02125585

Місцезнаходження: вул. Алчевських, буд. 29, Харків, Харківський р-н., 61002, 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: Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Код за ЄДРПОУ: 02125585

Місцезнаходження: вул. Алчевських, буд. 29, Харків, Харківський р-н., 61002, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 11.15.01

Тема дисертації:

1. Формування особистого політичного бренду в контексті політичного процесу регіону Середнього Сходу
2. Formation of a Personal Political Brand in the Context of the Political Process of the Middle East Region

Реферат/анотація:

1. У роботі здійснено комплексний аналіз ролі особистих брендів у політичних системах сучасного регіону Середнього Сходу. Наукова новизна та теоретична значущість роботи. Наукова новизна дослідження полягає у концептуальному внеску в актуалізацію персоналізованого виміру політичних процесів у країнах Середнього Сходу. Зокрема, робота порушує малодосліджену в українському та східноєвропейському науковому дискурсі тематику політичного брендингу в умовах релігійно-культурної специфіки Ірану та країн Перської затоки. Уперше: - здійснено міждисциплінарне дослідження ролі особистих політичних брендів у політичних системах країн сучасного Середнього Сходу на основі методологічного арсеналу суспільно-політичного та соціокультурного наукових дискурсів; - аргументовано, що персональний політичний бренд в країнах сучасного Середнього Сходу переважно використовується як інструмент легітимації влади в умовах гібридних та авторитарних режимів. Застосування інструментарію бренд архетипів, елементів символічної

політики насамперед спрямоване на політичну легітимацію певних осіб задля здійснення політичного впливу. Натомість, у країнах з демократичними політичними системами технології політичного брендингу переважно спрямовані на формування популярності певних політиків. Уточнено: аргументацію щодо моделі архетипного брендування, адаптованої до регіонального контексту, що враховує релігійно-культурні детермінанти. Створено комплексний рейтинг особистих брендів політичних діячів (на прикладі Ірану); - твердження стосовно атрибутивної структури особистого політичного бренду в країнах Середнього Сходу з урахуванням релігійної символіки, героїчного наративу та елементів сакралізації лідера; - обґрунтування, що у сприйнятті населенням регіону домінантних політичних наративів ключові підходи формуються на основі базової тріади: політичний досвід, історична пам'ять та рівень ідеологічної мобілізації. Дістали подальшого розвитку: - твердження, що зростання рівня позитивного сприйняття демократії в авторитарних державах може бути наслідком ефективного політичного брендингу; - концепція Індексу сприйняття демократії (DPI), яка була доповнена якісними індикаторами політичної легітимності, зокрема емоційною привабливістю бренду та рівнем довіри до символічних ролей політичних осіб. Практичне значення даної роботи може мати широкий спектр застосувань для науковців, практиків у сфері політичного брендингу, дипломатів, аналітиків та освітніх установ, зокрема для Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. Для науковців дане дослідження надає нові теоретичні та емпіричні знання про роль особистих брендів у політичних системах Середнього Сходу. Воно розширює розуміння взаємодії між політичними лідерами та громадянами, впливу особистих брендів на політичну культуру та стабільність. Ці знання можуть бути використані для подальших досліджень у галузі політичних наук, соціології та комунікацій. Таким чином, результати дослідження можуть мати значний практичний вплив, сприяючи розвитку теоретичних і прикладних аспектів політичного брендингу та комунікацій, а також підвищенню ефективності політичної діяльності та дипломатії у складних політичних умовах Середнього Сходу.

2. The thesis for the Doctor of Philosophy in Political Science, speciality 052. – H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2024. The work provides a comprehensive analysis of the role of personal brands in the political systems of the modern Middle East. Scientific novelty and theoretical significance of the work. The scientific novelty of the study lies in the conceptual contribution to the actualization of the personalized dimension of political processes in the countries of the Middle East. In particular, the work raises the topic of political branding, which is little studied in the Ukrainian and Eastern European scientific discourse in the conditions of the religious and cultural specificity of Iran and the countries of the Persian Gulf. For the first time: 5 - an interdisciplinary study of the role of personal political brands in the political systems of the countries of the modern Middle East was carried out based on the methodological arsenal of socio-political and socio-cultural scientific discourses; - it is argued that the personal political brand in the countries of the modern Middle East is mainly used as a tool for legitimizing power in the conditions of hybrid and authoritarian regimes. The use of the tools of brand archetypes, elements of symbolic politics is primarily aimed at the political legitimization of certain individuals in order to exert political influence. In contrast, in countries with democratic political systems, political branding technologies are mainly aimed at shaping the popularity of certain politicians. The following have been clarified: - the argumentation regarding the archetypal branding model adapted to the regional context, taking into account religious and cultural determinants. A comprehensive rating of personal brands of political figures has been created (using the example of Iran); - the statement regarding the attributive structure of the personal political brand in the countries of the Middle East, taking into account religious symbolism, heroic narrative and elements of sacralization of the leader; - the justification that in the perception of dominant political narratives by the population of the region, key approaches are formed on the basis of the basic triad: political experience, historical memory and the level of ideological mobilization. The following have been further developed: - the statement that the increase in the level of positive perception of democracy in authoritarian states may be a consequence of effective political branding; - the concept of the Democracy Perception Index (DPI), which was supplemented by qualitative indicators of political legitimacy, in particular the emotional appeal of the brand and the level of trust in the symbolic roles of political figures. Practical significance. The practical significance of this work spans a wide range of applications

for researchers, practitioners in political branding, diplomats, analysts, and educational institutions, specifically for the H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University. For researchers, this study provides new theoretical and empirical insights into the role of personal brands in the political systems of the Middle East. It expands the understanding of interactions between political leaders and citizens and the impact of personal brands on political culture and stability. These insights can be used for further research in political science, sociology, and communications. Thus, the research results can have a significant practical impact, contributing to the development of theoretical and applied aspects of political branding and communications and enhancing the effectiveness of political activity and diplomacy in the complex political environments of the Middle East.

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: Не застосовується

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Didyk O. The Role of Rumors and Gossip in the Formation and Transformation of Personal Brands in the Political Landscape of Iran. Науково-теоретичний альманах «Грані», 2024. Vol. 27, no. 2. P. 116–123.
- Didyk O. (2024). Exploring the Group Identity of National and Religious Minorities in Personal Branding: A Case Study of Iran's Contemporary Social-Political Sphere. «Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого», Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 1(60), С. 93–108.
- Didyk O. Personal Brand and the Role of Mohammed bin Salman in Shaping the Modern Political Landscape of Saudi Arabia. Науково-теоретичний альманах «Грані», 2024. Vol. 27, no. 4. P. 109–121.
- Didyk O. Political Martyrdom Revisited: Iran's Contemporary Perspective and Insights from the Woman-Life-Freedom Uprising. The Copenhagen Journal of Asian Studies. 2024. Vol. 41, no. 2. P. 88–103.

Наукова (науково-технічна) продукція:

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. Калюжна Юлія Іванівна
2. Yuliya I. Kalyuzhna

Кваліфікація: к. політ. н., доц., 23.00.02

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7344-410X

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Код за ЄДРПОУ: 02125585

Місцезнаходження: вул. Алчевських, буд. 29, Харків, Харківський р-н., 61002, 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. Кіянка Ірина Богданівна

2. Iryna B. Kiianka

Кваліфікація: д. політ. н., професор, 23.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-3100-7796

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:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Климончук Василь Йосифович

2. Vasyl Y. Klymonchuk

Кваліфікація: д.політ.н., професор, 23.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-0257- 348

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Код за ЄДРПОУ: 02125266

Місцезнаходження: вул. Шевченка, буд. 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шуляк Антоніна Миколаївна
2. Antonina M. Shulyak

Кваліфікація: д. політ. н., професор, 23.00.02

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-5234-0758

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Волинський національний університет імені Лесі Українки

Код за ЄДРПОУ: 02125102

Місцезнаходження: проспект Волі, буд. 13, Луцьк, Луцький р-н., 43025, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Безрук Олександр Олександрович
2. Oleksandr O. Bezruk

Кваліфікація: к. політ. н., доц., 23.00.02

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4963-5707

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Код за ЄДРПОУ: 02125585

Місцезнаходження: вул. Алчевських, буд. 29, Харків, Харківський р-н., 61002, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради

Куц Галина Михайлівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні

Куц Галина Михайлівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Новолокін Антон Володимирович

Реєстратор

УкрІНТЕІ

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



Юрченко Тетяна Анатоліївна