Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0421U101887

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-05-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Войтович Наталія Олегівна

2. Voytovych Nataliia

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 27.00.01

Назва наукової спеціальності: Теорія та історія соціальних комунікацій

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 04-05-2021

Спеціальність за освітою: Журналістика

Місце роботи здобувача: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, м. Львів, Львівська обл., 79000, 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 08.051.19

Повне найменування юридичної особи: Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Код за ЄДРПОУ: 02066747

Місцезнаходження: проспект Гагаріна, буд. 72, м. Дніпро, Дніпровський р-н., Дніпропетровська обл., 49010, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Львівський національний університет імені Івана Франка

Код за ЄДРПОУ: 02070987

Місцезнаходження: вул. Університетська, буд. 1, м. Львів, Львівська обл., 79000, 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

Тема дисертації:

1. Правові, етичні та соціально-психологічні аспекти політичної реклами як складової соціальних комунікацій

2. Legal, ethical and socio-psychological aspects of political advertising as a component of social communications

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідження є політична реклама як чинник соціальних комунікацій. Мета наукової роботи – проаналізувати соціально-психологічні аспекти політичної реклами як чинника соціальних комунікацій. Методи дослідження ґрунтуються на поєднанні загальнонаукових методів вивчення специфіки аналізу соціально-комунікаційних явищ. Опрацювання джерельної бази аналізу політичної реклами як соціально-комунікаційного феномена ґрунтувалося на застосуванні аналітико-синтетичного методу, що дало змогу сформулювати принципи й методи відбору, аналізу та узагальнення теоретичного матеріалу дослідження. Застосування методу контент-аналізу дозволило визначити ключові характеристики змістового наповнення політичної реклами в медіа. Використано порівняльно-історичний метод, принципи узагальнення, індукції та дедукції, а також застосовано психологічні методики М. Розенберга, Т. Лірі, Б. Смірнова, І. Шварца.

Теоретичне значення одержаних результатів полягає в розробці та обґрунтуванні теоретичних аспектів обігу політичної реклами в межах наукової галузі 27 – соціальні комунікації. Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання матеріалів та висновків дисертації для розуміння й подальшого аналізу феномена політичної реклами. Результати наукового дослідження можуть бути використані в навчальному процесі для студентів спеціальності 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика». Аналіз сучасного стану політичної реклами у медіа, зокрема й прихованої, може бути використаний редакціями та журналістами для аналізу власної редакційної політики. Наукова новизна одержаних результатів зумовлена сучасними можливостями процесу формування та функціонування політичної реклами, підходами до аналізу проблеми обігу політичної реклами в масмедіа. При розв'язанні поставлених завдань у дисертації вперше: □ розроблено періодизацію політичної реклами та її класифікацію; □ виокремлено матеріали з прихованими елементами політичної реклами у друкованих періодичних виданнях; □ з'ясовано рівень ідентифікації прихованої політичної реклами аудиторією; □ запропоновано тест, що передує голосуванню на виборчій дільниці; □ представлено соціально-комунікаційну модель зростання політичного рейтингу; □ розроблено алгоритм взаємозв'язку політичної реклами та політичного вибору електорату. Удосконалено: □ кількісний та якісний аспекти ознак прихованої політичної реклами (політичної «джинси»); □ диференціацію політичної реклами та політичної агітації; □ ідентифікацію політичної реклами в соціально-комунікаційній сфері. Набули подальшого розвитку: □ елементи вивчення ідентифікації політичної реклами у до- та передвиборчий періоди.

2. The object of the research is political advertising as a factor of social communication. The purpose is to study is to analyze the social and psychological aspects of political advertising as a factor of social communication. Research methods are based on a combination of general scientific methods of studying the specifics of the analysis of social and communication phenomena. The handling of the source base of the analysis of political advertising as a social and communication phenomenon was based on the application of the analytical-synthetic method, which allowed to formulate the principles and methods of selection, analysis and generalization of theoretical research material. The application of the method of content analysis allowed to determine the key characteristics of the content of political advertising in the media. The comparative-historical method, principles of generalization, induction and deduction are used, and also psychological methods of M. Rosenberg, T. Leary, B. Smirnov, I. Schwartz are applied. The theoretical significance of the results is to develop and substantiate the theoretical aspects of the circulation of political advertising within the scientific field 27 - social communications. The practical significance of the results is the possibility of using the materials and conclusions of the dissertation for understanding and further analysis of the phenomenon of political advertising. The results of scientific research can be used in the educational process for students of specialty 061 Journalism field of knowledge 06 Journalism. Analysis of the current state of political advertising in the media, in particular hidden, can be used by editors and journalists to analyze their own editorial policy. Scientific novelty of the study is due to the modern possibilities of the process of formation and functioning of political advertising, approaches to the analysis of the problem of circulation of political advertising in the mass media. In solving the tasks set in the dissertation for the first time: - the periodization of political advertising and its classification are developed; - materials with hidden elements of political advertising in print periodicals are highlighted; - the level of identification of hidden political advertising by the audience is found; - the test that precedes the voting at the polls is proposed; - a social and communication model of political rating growth is presented; - the algorithm of interaction between political advertising and political choice of the electorate is developed. The following points have been improved: - quantitative and qualitative aspects of the signs of hidden political advertising (political "jeans"); - differentiation of political advertising and political agitation; - identification of political advertising in the social and communication sphere. The following points have been further developed: - elements of the study of the identification of political advertising in the pre- and pre-election periods.

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. Крупський Іван Васильович
2. Krupskyi Ivan

Кваліфікація: д. і. н., 07.00.06

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. Пономаренко Людмила Григорівна
2. Ponomarenko Liudmyla

Кваліфікація: д. соц. ком., 27.00.04

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. Досенко Анжеліка Костянтинівна
2. Dosenko Anzhelika

Кваліфікація: к. соц.ком., 27.00.01

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 — Демченко Володимир Дмитрович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні — Демченко Володимир Дмитрович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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