Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0823U100019

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-01-2023

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Комащенко Ірина Іванівна

2. Komashchenko Iryna Ivanivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 061

Назва наукової спеціальності: Журналістика. Журналістика

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 22-12-2022

Спеціальність за освітою: 061 Журналістика. Журналістика

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): ДФ 26.001.347

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: вул. Володимирська, буд. 60, м. Київ, 01033, 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: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: вул. Володимирська, буд. 60, м. Київ, 01033, 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, 19.41

Тема дисертації:

1. Комунікаційні моделі презентації інновацій в сучасному інформаційному просторі

2. Communication models of innovation presentation in the modern information space

Реферат/анотація:

1. Інформаційний супровід суб'єктів інноваційної діяльності забезпечує синергію окремих комунікаційних середовищ – наукової комунікації, бізнес-комунікації та медіакомунікації – що представлені, відповідно, такими суб'єктами інноваційної діяльності, як науковці, бізнес-організації та медіа. Цей супровід забезпечує інформаційний обмін щодо реалій науки та інновацій, формування адекватного інформаційного образу інновацій, самопозиціювання науковця та його становлення як інноватора, досягнення комунікаційної мети кожного із суб'єктів інноваційної діяльності. У дисертаційній роботі вперше розроблено авторську комбіновану модель презентації інновацій та формули для визначення потенційної успішності використаних моделей презентації наукових результатів. У ході дослідження удосконалено методологію вивчення соціальнокомунікаційних особливостей висвітлення науково-інноваційної тематики в популярних українських суспільно-політичних онлайн-ресурсів (на прикладі ресурсів obozrevatel.com, segodnya.ua,

tsn.ua, 24.tv, rbc.ua та dt.ua). На підґрунті досліджень Д. Нордфорса та Г. Г. Пітерса («журналістика інновацій»), а також Е. Роджерса (теорія дифузії інновацій) подальшого розвитку набуло вивчення тенденцій та соціальнокомунікаційних особливостей висвітлення науково-інноваційної тематики в сучасному інформаційному просторі. За результатами історіографічного та термінологічного аналізу ми систематизували тлумачення та уточнили в контексті соціальнокомунікаційного підходу ключові поняття, що становлять основу розуміння сутності інноваційної діяльності та її інформаційних процесів, зокрема: інновація, інноваційна діяльність, інформаційно-комунікаційний простір, суб'єкти інноваційної діяльності, інформаційна інфраструктура інноваційної діяльності. Результати термінологічного аналізу та включеного спостереження дали змогу виділили основні актуальні комунікаційні моделі презентації інновацій, зокрема: наукові публікації, патентування винаходів, залучення трансферу технологій, співпраця з технологічними парками, робота з бізнес-організаціями в сфері інноватики, публікації в загальнотематичних і науково-популярних медіа, а також в соціальних медіа, участь у заходах виставкової діяльності, пошук грантових програм, залучення рекламних та PR-технологій з позиціонування інноватора та наукових установ. Ці моделі склали основу авторської комбінованої моделі презентації інновацій. Результати контент-аналізу науково-інноваційної тематики популярних українських суспільно-політичних онлайн-ресурсів (obozrevatel.com, segodnya.ua, tsn.ua, 24.tv, rbc.ua та dt.ua) підтвердили гіпотезу дослідження щодо спорадичності її висвітлення. В середньому лише 1,1% матеріалів досліджуваних ресурсів присвячений науці та інноватиці, з яскравою тенденцією до популяризації космічних, машинобудівних та інформаційних технологій, здебільшого у жанрі інформаційного повідомлення. Завдяки контент-аналізу було встановлено, що на кожен із встановлених маркерів якості журналістського матеріалу науково-інноваційної тематики (а саме: інформація про автора розробки, згадка наукової установи, коментар інноватора, згадки бізнес-організацій, згадки заходів з популяризації науки та пояснення користі для соціуму) в середньому припадає менш ніж 20% від загальної кількості досліджених матеріалів. Інтерв'ю представників топ-менеджменту 14 провідних ЗВО України, а також опитування науковців щодо пріоритетних моделей презентації інновацій показали, що найбільш популярними моделями презентації наукових результатів є наукові публікації, участь у грантових програмах та виставках інновацій, та публікацій соціальних медіа, натомість співпраця з бізнес-організаціями та медіа є значно менш популярною. У дисертаційному дослідженні також подано авторську комбіновану модель презентації інновацій, сутність якої полягає у використанні якнайповнішого спектру актуальних комунікаційних моделей (описаних у першому та другому розділах) задля підвищення потенційної ефективності заходів із популяризації наукового результату та формування адекватного інформаційного образу інновації. Запропонована комбінована модель дає змогу оптимізувати презентацію наукових результатів для різних комунікаційних сегментів інноваційної діяльності, що підкреслює рівноцінний вплив усіх суб'єктів інноваційної діяльності на формування інформаційного образу інновації. Сформульовано критерії та формули визначення потенційної ефективності презентації інновацій, що дають змогу інноватору визначати, які зі складників комбінованої моделі є найбільш використовуваними та сприяють досягненню бажаного результату, а які потребують допрацювання. У дослідженні систематизовано основні ролі медіа у популяризації наукових результатів як ключових медіастратегій, подано результати аналізу презентаційної активності на прикладі науковців провідних ЗВО України, узагальнено основні етичні принципи та законодавче підґрунтя популяризації наукових результатів.

2. Information support of innovations ensures the synergy of specific communication segments such as scientific communication, business communication and media communication, which are thereby represented by scientists, business organizations and media. Innovations communication support provides information exchange on the realities of science and innovations, shaping an adequate information image of innovations, scientists self-positioning, and achieving specific communication goals during innovative activity. For the first time, the author developed the combined model of innovations presentation and formulas for the potential success definition of applied presentation models. Tendencies and social communication features of scientific and innovative topics in popular Ukrainian socio-political online resources (on the example of resources obozrevatel.com, segodnya.ua, tsn.ua, 24.tv, rbc.ua and dt.ua) have been improved and specified. Based on the research of D. Nordfors and H. H.

Peters ("innovation journalism"), as well as E. Rogers (innovation diffusion theory), the scientific-theoretical and terminological basis of innovative activity in the context of innovation presentation was further developed. The results of historiographical and terminological analysis results indicated the key terms of innovative activity, its essence and information processes according to the socio-communicative approach (innovation, innovative activity, information and communication space, innovative activity actors, information infrastructure of innovative activity, etc.). Current innovation presentation models (such as scholar publications, patents, transfer technology system, technological parks membership, business organizations involvement, popular science and general topics media, social media activity, innovations exhibition participants, grant programs, advertising and PR technologies and innovator self-positioning) were identified with the terminological analysis combined with the included observation method and formed the basis of the author`s combined communication model of innovation presentation. The content analysis results confirmed the hypothesis of the study and revealed the sporadic coverage of scientific and innovation topics in Ukrainian socio-political online media. On average, only 1,1% of media materials are devoted to science and innovations with a strong tendency to popularize space, machine and information technologies, mostly by information message genre. The content analysis results indicate that for each of the established quality markers of journalistic material on scientific and innovative topics (namely: information about the innovator, mentions of the scientific institution, innovator comments, mentions of business organizations, mentions of science promoting measures and explaining of social significance) on average accounts for less than 20% of the total number of studied materials. Ukrainian universities' top management interviews (14), as well as surveys of scientists (75) on usable innovation presentation models, showed varying application degrees of current models in the Ukrainian scientific community. According to surveys, the most popular models to present scientific results are scholarly publications, participation in grant programs and innovation exhibitions, and social media publications. At the same time, cooperation with business organizations and media is much less popular. The study presents the author's combined model of innovation presentation, which essence is in using the fullest range of relevant communication models (described in the first and second parts) to increase the potential presentation effectiveness and to form an adequate information image of innovation. The combined model allows optimization of scientific results presentation for specific communication segments, which emphasizes the equal influence of all innovation activity actors on shaping the information image of innovation. The study formulates criteria and formulas of potential presentation effectiveness that allow innovators to determine the most-used components of the combined model and the ones that need refinement. It also systematized the main media roles in the promotion of the scientific results shaped in key media strategies, presented the analysis results of presentation activity on the example of Ukrainian leading universities scholars, and systematized the basic ethical principle and legal basis for popularising scientific results.

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. Корнєєв Віталій Михайлович

2. Kornieiev Vitalii Mykhailovych

Кваліфікація: д.соц.комунік., 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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Поплавська Наталія Миколаївна

2. Poplavs'ka Nataliya Mykolaivna

Кваліфікація: д.філол.н., 10.01.01, 10.01.08

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. Зикун Наталія Іванівна

2. Zykun Natalia Ivanivna

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

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Женченко Марина Іванівна
2. Zhenchenko Maryna Ivanivna

Кваліфікація: д. 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

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ситник Олексій Валерійович
2. Sytnyk Oleksii Valeriiovych

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

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Олтаржевський Дмитро Олегович
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Олтаржевський Дмитро Олегович
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.