Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0421U100201

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 01-02-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Хміль-Чуприна Віта Віталіївна

2. Khmil-Chupryna Vita

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

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: 27-01-2021

Спеціальність за освітою: Журналістика

Місце роботи здобувача: Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Код за ЄДРПОУ: 05385631

Місцезнаходження: вул. Першотравнева, буд. 20, м. Кременчук, Кременчуцький р-н., Полтавська обл., 39600, 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: Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Код за ЄДРПОУ: 05385631

Місцезнаходження: вул. Першотравнева, буд. 20, м. Кременчук, Кременчуцький р-н., Полтавська обл., 39600, 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, 19.51.65

Тема дисертації:

1. Популяризація читання художньої літератури в українських засобах масової комунікації

2. Popularization of reading literature in Ukrainian mass media

Реферат/анотація:

1. Об’єктом дослідження є процес популяризації читання засобами масової комунікації. Мета дослідження полягає у виявленні й обґрунтуванні ефективних методів популяризації читання у засобах масової комунікації в іміджевому та промоційному аспектах. Досягнення мети передбачає розв’язання таких завдань: – розкрити теоретико-методологічні засади дослідження популяризації читання у ЗМК; – обґрунтувати роль реклами та промоції книжок у ЗМК в контексті популяризації читання; – розробити типологію відповідних рекламних та промоційних засобів, розкрити їх жанрові особливості; – висвітлити способи привернення уваги до літератури у ЗМК; – довести роль ЗМК у популяризації читання шляхом проведення емпіричного дослідження; – розробити та впровадити проект «Книга у віртуальному просторі», спрямований на

популяризацію книги, читання і розвиток читацької культури студентської молоді. Методи дослідження. Методологічним підґрунтям дослідження стала соціальнокомунікаційна парадигма. Комплексний характер дослідження зумовив застосування системного й міждисциплінарного підходів. Для розв'язання поставлених завдань та досягнення мети використано комплекс методів дослідження: теоретичні – аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння, аналогія, зіставлення – для з'ясування стану розробленості проблеми, визначення понятійно-категоріального апарату; узагальнення та систематизації наукових положень; емпіричні – опитування – з метою виявлення ролі ЗМК у популяризації читання; спеціальні – структурний контент-аналіз ЗМК – для дослідження інструментів і засобів прямої та опосередкованої реклами книг, а також шляхів непрямого пропагування читання у медіа; методи математичної статистики – для кількісного та якісного аналізу емпіричних даних за допомогою методів описової статистики (групування показників і побудова гістограм). Теоретичне значення одержаних результатів полягає в Дослідженні ролі української медіагалузі у популяризації читання із застосуванням міждисциплінарного й системного підходів, а також виявленні завдяки цьому нових шляхів пропагування читання і промоції книг становлять знання, що доповнюють теоретичну складову науки про соціальні комунікації. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що дослідження може доповнити навчальні програми з курсів «Теорія і практика соціальних комунікацій», «Теорія і практика видавничої справи», «Маркетинг і промоція видань», «Редактор-видавець в умовах ринку» в аспектах розробки стратегії просування книжкових видань, формування у реципієнтів інтересу до читання. Реалізація проєкту «Книга у віртуальному просторі» прияє популяризації книги, читання і розвитку читацької культури студентської молоді. Матеріали дисертаційного дослідження можуть стати підґрунтям для подальших наукових розвідок з досліджуваної проблеми. Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що - вперше: комплексно досліджено потенціал ЗМК у популяризації читання і налагодженні ефективної комунікації між різноманітними соціальними інститутами, що беруть участь у цьому процесі: освітніми закладами, бібліотечними установами, книговидавничими і книготорговельними організаціями; досліджено шляхи непрямого пропагування читання у ЗМК, під якими розуміються літературні ремінісценції у журналістських матеріалах, а також згадування літературних феноменів і читання лідерами громадської думки в інтерв'ю; - уточнено: жанрову палітру реклами книжкової продукції у ЗМК; різновиди опосередкованої реклами та промоції художньої літератури у ЗМК; - набули подальшого розвитку: питання популяризації читання в сучасних умовах; теоретичні підходи до вивчення новітніх способів просування книг і формування інтересу до читання у мережі.

2. The object of research is the process of popularizing reading by mass media means. The purpose of research is to identify and substantiate effective methods of promoting reading in the mass media in the image and promotional aspects. Achieving the goal involves solving the following tasks: - to reveal theoretical and methodological bases of research of popularization of reading in mass media; - to substantiate the role of books advertising and promotion in mass media in the context of popularization of reading; - to develop a typology of relevant advertising and promotional tools, to reveal their genre features; - to highlight ways to draw attention to the literature in the mass media; - to prove the role of mass media in popularization of reading by carrying out empirical research; - to develop and implement the project «Book in Virtual Environment», aimed at promoting books, reading and development of reading culture of student youth. Research methods. The methodological basis of the study was the social communication paradigm. The complex nature of the research led to the use of systemic and interdisciplinary approaches. To solve the tasks and achieve the goal, a set of research methods was used: theoretical - analysis and synthesis, induction and deduction, comparison, analogy, comparison - to clarify the state of development of the problem, to determine the conceptual and categorical apparatus; generalization and systematization of scientific provisions; empirical - surveys - in order to identify the role of mass media in the promotion of reading; special - structural content analysis of mass media - to study the tools and means of direct and indirect advertising of books, as well as ways to indirectly promote reading in the media; methods of mathematical statistics - for quantitative and qualitative analysis of empirical data using methods of descriptive statistics (grouping of indicators and construction of histograms). The theoretical significance of the results is to study the role of the Ukrainian media industry in promoting reading using interdisciplinary and systematic

approaches, as well as identifying new ways to promote reading and promotion of books are knowledge that complements the theoretical component of the science of social communications. The practical significance of the results is that the study can complement the curriculum of the courses «Theory and practice of social communications», «Theory and practice of publishing», «Marketing and promotion of publications», «Editor-publisher in market conditions» in terms of development strategies for the promotion of books, the formation of recipients' interest in reading. The implementation of the project «Book in Virtual Environment», promotes books, reading and development of reading culture of student youth. The materials of the dissertation research can become a basis for further scientific research on the researched problem. The scientific novelty of the obtained results is that for the first time: - the potential of mass media in popularization of reading is comprehensively investigated and establishing effective communication between the various social institutions involved in this process: educational institutions, libraries, publishing and booksellers; - the ways of indirect promotion of reading in mass media, which are understood as literary reminiscences in journalistic materials, are investigated, as well as mentioning literary phenomena and reading by opinion leaders in interviews; have been specified: - genre palette of book advertising in mass media; - types of indirect advertising and promotion of fiction in mass media; have been further developed: - issues of popularization of reading in modern conditions; - theoretical approaches to the study of the latest ways to promote books and the formation of interest in online reading.

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. Бутиріна Марія Валеріївна

2. Butyrina Mariia

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Супрун Людмила Вікторівна

2. Suprun 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. Баранецька Анна Дмитрівна

2. Baranetska Anna

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.