

**Рішення разової спеціалізованої вченої ради ДФ 26.133.133
про присудження ступеня доктора філософії**

Здобувач ступеня доктора філософії Литвиненко Олександр Олександрович, 1978 року народження, громадянин України, освіта вища: закінчив у 2003 році Чернігівський національний педагогічний університет імені Т. Г. Шевченка за спеціальністю «Педагогіка і методика середньої освіти. Історія», з 2026 р. працює головним спеціалістом відділу взаємодії з громадськістю та медіа Управління аналітично-організаційної роботи, взаємодії з громадськістю та медіа Державної інспекції енергетичного нагляду України, виконав акредитовану освітньо-наукову програму «Журналістика».

Разова спеціалізована вчена рада ДФ 26.133.133 Київського столичного університету імені Бориса Грінченка виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), місто Київ, від 29 травня 2026 року № 416, у складі:

Голова разової спеціалізованої вченої ради:

ІВАЩЕНКО Вікторія Людвігівна, доктор філологічних наук, професор, заступник декана з наукової роботи та міжнародної діяльності, професор кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Рецензент:

НЕТРЕБА Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Офіційні опоненти:

МАНДРАГЕЛЯ Володимир Андрійович, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії і суспільних наук Навчально-

наукового інституту природокористування та гуманітарних наук Національного університету «Чернігівська політехніка»;

ОЛТАРЖЕВСЬКИЙ Дмитро Олегович, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

БУТИРІНА Марія Валеріївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри маркетингу Фінансово-економічного факультету Національного технічного університету «Дніпровська політехніка».

На засіданні 30 липня 2026 року прийняли рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика Литвиненку Олександру Олександровичу на підставі прилюдного захисту дисертації «Цифрова трансформація українських корпоративних медіа: тренди та стратегії» за спеціальністю 061 Журналістика.

Дисертацію виконано у Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), місто Київ.

Науковий керівник: Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису. Дисертація Литвиненка Олександра Олександровича на тему «Цифрова трансформація українських корпоративних медіа: тренди та стратегії», подана на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика за спеціальністю 061 Журналістика, є завершеною, самостійною роботою, що містить науково обґрунтовані результати, актуальність, наукову новизну, теоретичне та практичне значення і відповідає п.6-9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої

вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 №44 (зі змінами), наказу Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 №40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації», затвердженого Міністерством юстиції України 03.02.2017 за №155/30023. Дисертація Литвиненка Олександра Олександровича та наукові публікації, в яких висвітлено її наукові результати, виконано на належному науковому рівні з дотриманням академічної доброчесності. Литвиненко Олександр Олександрович на високому рівні оволодів методологією наукової та педагогічної діяльності, набув теоретичних знань, відповідних умінь, навичок та компетентностей. Здобувач вільно володіє матеріалом.

Здобувач має 6 наукових виданнях, а саме: 3 статті включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України; 3 публікації (1 у співавторстві), у яких додатково висвітлено результати дисертації.

1. Литвиненко О. Проблеми цифрової трансформації українських корпоративних медіа. Інтегровані комунікації. 2024. Вип. 2(18). С. 94–99. ISSN 2524-2652 (Online); DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.181>;

Вебпосилання на видання: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/346/295>

2. Lytvynenko O. Ways of adapting Ukrainian corporate media to the conditions of digital transformation. Актуальні питання масової комунікації / Current Issues of Mass Communication. 2025. Вип. 37. С. 21–29. ISSN 2786-4502; ISSN 2312-5160; DOI: <https://doi.org/10.17721/CIMC.2025.37.21-29>;

Вебпосилання на видання: <https://cimc.knu.ua/uk/article/view/3590/3352>

3. Литвиненко О. Друковані корпоративні медіа в умовах цифрової трансформації. Образ. 2026. Вип. 1(50). С. 56–66. ISSN 3083-6794 (онлайн); ISSN 2415-8496 (друк); DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1\(50\)-56-66](https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1(50)-56-66);

Вебпосилання на видання: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/292>

У дискусії взяли участь голова і члени разової спеціалізованої вченої ради та висловили зауваження:

ОЛТАРЖЕВСЬКИЙ Дмитро Олегович, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, зауваження та побажання:

1. Заслуговує на схвалення проведений автором аналіз українських корпоративних медіа в умовах цифрової трансформації. Разом із тим дослідження могло б виграти від ширшого залучення порівняльного міжнародного матеріалу, що дозволило б більш чітко зіставити особливості українського досвіду з практиками провідних зарубіжних корпоративних медіасистем.

2. У дисертації значну увагу приділено впливу цифрових платформ, мультимедійності, data-driven підходів та інструментів штучного інтелекту на розвиток корпоративних медіа. Водночас окремого поглибленого аналізу потребують ризики, пов'язані з використанням алгоритмічних систем, зокрема питання інформаційної безпеки, захисту персональних даних та етичних аспектів застосування AI-технологій у корпоративних комунікаціях.

3. Автор розробив типологію стратегій цифрової трансформації корпоративних медіа, яка має безперечну наукову цінність. Однак окремі запропоновані стратегії частково перетинаються між собою за функціональними характеристиками, що відкриває можливості для подальшого уточнення критеріїв їх розмежування та вдосконалення класифікації в майбутніх дослідженнях.

4. У роботі переконливо обґрунтовано вплив цифровізації на трансформацію корпоративних медіа в Україні у 2022–2025 роках. Разом із

тим перспективним напрямом подальших наукових пошуків могло б стати дослідження довгострокових наслідків цифрової трансформації корпоративних медіа в післявоєнний період та в умовах подальшого розвитку штучного інтелекту й автоматизованих комунікаційних систем.

МАНДРАГЕЛЯ Володимир Андрійович, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії і суспільних наук Навчально-наукового інституту природокористування та гуманітарних наук Національного університету «Чернігівська політехніка», зауваження та побажання:

1. Дисертант переконливо характеризує основні стратегії цифрової трансформації корпоративних медіа, проте окремі з них, зокрема омніканальна та multimedia storytelling стратегії, частково перетинаються за своїми функціональними характеристиками. У зв'язку з цим потребують додаткового уточнення критерії їхнього чіткого розмежування.

2. Значну увагу в дослідженні приділено впливу штучного інтелекту на розвиток корпоративних медіа. Водночас питання потенційних ризиків використання генеративних систем штучного інтелекту, зокрема проблем достовірності контенту, етичних аспектів автоматизації комунікацій та можливого зниження ролі журналістських стандартів, могли б бути висвітлені більш ґрунтовно.

3. Емпірична база дослідження є репрезентативною та достатньою для досягнення поставленої мети. Разом із тим доцільним було б розширити аналіз шляхом залучення до вибірки корпоративних медіа малого та середнього бізнесу, що дало б змогу повніше простежити особливості цифрової трансформації в різних сегментах корпоративного сектору.

4. У роботі переконливо обґрунтовано сучасні тренди розвитку корпоративних медіа в Україні, однак окремий прогностичний розділ щодо перспектив розвитку корпоративних медіа в умовах подальшої інтеграції

штучного інтелекту та платформізації комунікацій міг би посилити прикладну цінність дослідження.

БУТИРІНА Марія Валеріївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри маркетингу Фінансово-економічного факультету Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», зауваження та побажання:

1. Центральна аналітична матриця дослідження (с.101 дисертації) є цікавою й евристично цінною спробою систематизувати процес цифрової трансформації корпоративних медіа та може використовуватися як аналітична модель для первинної класифікації кейсів. Разом з тим, є певні рекомендації, які б дозволили підвищити її наукову переконливість. Дискусійною є запропонована автором шкала типів комунікації в межах матриці цифрової зрілості. Зокрема, такі характеристики як «багатоканальна комунікація», «інтегровані комунікації», «постійна взаємодія зі стейкхолдерами» фактично описують різні аналітичні виміри комунікаційного процесу, які не є взаємовиключними та не утворюють єдиної лінійної шкали розвитку. Так «багатоканальність» характеризує кількісний показник взаємодії, «інтегрованість» відображає рівень узгодженості та координованості комунікаційних повідомлень. Водночас «постійна взаємодія» описує інтенсивність і регулярність комунікації і не торкається її структурних чи стратегічних параметрів. У такий спосіб відбувається змішування різних аналітичних рівнів в межах однієї класифікаційної осі, що ускладнює операціоналізацію запропонованої моделі та знижує її евристичну чіткість.

2. Варто зазначити також, що окремі формулювання мають ознаки тавтологічності та не забезпечують чітких критеріїв розмежування між рівнями цифрової зрілості («середній рівень цифрової зрілості – стратегічна стратегія»; «екосистемний рівень цифрової зрілості – екосистемна стратегія»). Зазначене, однак, не знижує загальної цінності запропонованої матриці, а

скоріше визначає перспективний напрям для подальшого розвитку запропонованої авторської моделі.

3. Метод контент-аналізу застосовано в дослідженні системно й релевантно до поставлених завдань. Водночас деякі методологічні аспекти потребують уточнення. Не зрозуміло, що автор має на увазі під категорією «репрезентативні контентні одиниці (пости, відео, публікації)» (с. 117 дисертації). Чи відображає вибірка реальну контентну структуру корпоративних медіа чи є результатом цільового добору прикладів? Не зрозуміло також, чому кількісний показник емпіричної бази зазначено приблизно (цитую: «приблизно 60 корпоративних медіа» (с.117 дисертації)).

4. Потребує додаткового уточнення методологічний статус контент-аналізу та пов'язаної з ним дослідницької процедури. У різних розділах роботи контент-аналіз характеризується як кількісний і якісний метод (с.107 дисертації), як елемент кейс-аналізу (с.107–108 дисертації), а також як «глибокий» (с. 3, с. 138 дисертації) або «поглиблений» (с. 110 дисертації) контент-аналіз. Водночас терміни «глибокий» та «поглиблений» не належать до загальноприйнятої класифікації різновидів контент-аналізу і потребують методологічного обґрунтування.

5. Певної уваги потребує обґрунтування процедури заявленої методологічної тріангуляції. Зокрема уточнення потребує твердження про використання експертних інтерв'ю для верифікації результатів контент-аналізу та опитування. Експертні інтерв'ю, дійсно, дозволили розширити інтерпретацію отриманих результатів, однак до вибірки експертів не входили представники більшості компаній, корпоративні медіа яких стали об'єктом контент-аналізу та вивчення аудиторного складника. Тому експертні оцінки скоріше підтверджують загальні галузеві тенденції, ніж безпосередньо верифікують результати щодо конкретних кейсів дослідження.

НЕТРЕБА Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, зауваження та побажання:

1. У дослідженні емпіричною основою є корпоративні медіа компаній, визначені переможцями у Всеукраїнському конкурсі на найкращі корпоративні медіа у 2022–25 роках, що включає 32 компанії різних секторів економіки та поглиблену аналітичну підвибірку з 10 кейсів. Однак така вибірка дослідження представляє передові практики, що не повною мірою відображає середній стан цифровізації галузі.

2. Відбір експертів є методологічно вмотивованим, а їхній професійний профіль охоплює ключові типи корпоративних комунікацій. Водночас бажано було б у п. 3.4 більш розгорнуто представити логіку формування експертної групи саме у такому складі, зокрема: чи розглядалося залучення більшої кількості учасників, які чинники визначали вибір п'яти респондентів, чи вважає автор цю кількість достатньою для широких галузевих узагальнень, що містяться у висновках?

3. У тексті дисертації подекуди трапляється написання латиницею термінів іншомовного походження, для яких є усталені українські відповідники. Рекомендується послідовно надавати перевагу україномовним еквівалентом, а також уніфікувати систему аббревіатур і дотримуватися її упродовж всього тексту.

ІВАЩЕНКО Вікторія Людвігівна, доктор філологічних наук, професор, заступник декана з наукової роботи та міжнародної діяльності, професор кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка., побажання:

1. Дослідницький інтерес Олександра Олександровича орієнтовано на реалізацію 9-ти сформульованих завдань, проте деякі з них можна було б об'єднати з огляду на надлишкове, на наш погляд, повторення понять «цифрова зрілість» та «цифровізація». У цьому сенсі певного впорядкування вимагають поняття «підхід / аспект», з одного боку, та «вимір» – з другого, а також доцільним є формулювання авторського визначення поняття «цифрова трансформація медіа», яке б краще увиразнило специфіку трансформації саме корпоративних медіа.

2. Доволі цікавою є авторська класифікація функцій корпоративних медіа, проте, з нашого погляду, комунікативну й інформаційну функції можна було б інтерпретувати і як внутрішні, і як зовнішні.

3. Хочу відзначити фундаментальність і ґрунтовність підготовки здобувача. На певному етапі тема дослідження була переформульована, а це означало фактично розпочати науковий пошук заново. Вважаю, що Олександр Олександрович успішно впорався з цим непростим викликом, уважно поставився до висловлених рекомендацій і врахував більшість зауважень, залишаючи за собою право відстоювати власні наукові позиції. Звичайно, окремі питання термінологічного апарату залишаються дискусійними, однак саме такі дискусії сприяють розвитку науки, а авторські підходи з часом можуть увійти до наукового обігу.

Особливо хочу відзначити другий розділ дисертації, який, на мою думку, є окрасою цієї роботи, адже демонструє фундаментальний методологічний підхід, логічність побудови дослідження та ретельність опрацювання матеріалу. Також можу засвідчити, що під час виконання дисертаційного дослідження здобувачем було дотримано принципів академічної доброчесності, а сама робота відповідає встановленим вимогам до дисертацій такого рівня. Переконана, що представлене дослідження є завершеною науковою працею, а його автор повністю заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 «Журналістика».

Результати відкритого голосування:

«За» – 5 членів ради,

«Проти» – немає.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада ДФ 26.133.133 присуджує Литвиненку Олександру Олександровичу ступінь доктора філософії з галузі знань 06 Журналістика за спеціальністю 061 Журналістика.

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Голова разової спеціалізованої
вченої ради ДФ 26.133.133



Вікторія ІВАЩЕНКО