

СЛОВО ДО ЧИТАЧА

Шановні читачі! <i>В. В. Гоян</i>	3
Горевалов С. І. Біобібліографічна довідка. <i>Н. І. Зикун</i>	3

ДИСЕРТАЦІЙНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Морозова О. О. Методи дослідження ефективності ЗМІ: СРСР 70–80 рр. ХХ ст.	10
Консевич О. М. Історіографічний аспект дослідження теми України у польських громадсько-політичних тижневиках	15
Керц О. І. Молодь як сегмент цільової аудиторії католицької періодики незалежної України	21
Юферева О. В. Ритуали в українських тревел-журналах: антропологічні аспекти дослідження медійного контенту	26
Рижко О. М. Суспільство споживання і кризові процеси у відзеркаленні видань УГКЦ	29
Андрєєва О. С. Агресивні компоненти сучасного медійного контенту	34
Виговська Н. А. Використання мультимедійних технологій під час створення контенту в регіональних медіа (на прикладі запорізьких ЗМІ)	39
Масімова Л. Г. Візуальні жанри журнального контенту	43
Сищук О. А. Комунікаційні технології в діяльності виконавчої влади України	46
Хіренко О. О. Методологія і методика визначення жанру журналістського твору	52

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА РОБОТИ РЕДАКЦІЙ ПРЕСОВИХ ВИДАНЬ

Полякова Г. О. Міфологізація кризи на шпальтах економічних видань	58
Вялкова І. О. Висвітлення діяльності друкованих засобів масової інформації Донецької області на сторінках всеукраїнського часопису «Журналіст України» (2005–2011 рр.)	62
Макуха М. В. Систематизація контенту наукового журналу (на прикладі часопису «Друкарство»)	68

ТЕЛЕРАДІОЖУРНАЛІСТИКА

Карпиленко В. А. Когнітивний аспект формування картини світу за допомогою текстів новин	72
Гоян В. В., Захарс Т. А. Іміджеве наповнення портфеля кулінарних шоу	77
Синеокий О. В. Феномен східнонімецького рекордингу	82
Симоніна Н. В. «Сюжет» як форма журналістського телевізійного матеріалу	87
Полісученко А. Ю. Інтерактивність у ранкових передачах українських телеканалів	91
Щербина Ю. В. Порівняльна характеристика розважальних шоу на телеканалах США та України	96

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Водолазька С. А. Аудіокниги як інноваційний спосіб популяризації книги	101
Мельникова О. С. Самвидав як альтернативне джерело інформації в Радянській Україні	107

Репіна К. С. Природа інновацій у книговидаванні для дітей: явища, процеси, технології	111
Вернигора Н. М. Вплив ідеології на формування кількісних і якісних показників книжкового репертуару для дітей у ХХ ст.	117

РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Березенко В. В. Проблеми виробництва та споживання медійного контенту інноваційних PR: теоретичний аспект	123
Хавкіна Л. М. Сучасне рекламне середовище України: чинники функціонування на межі соціальної та приватної комунікацій	128
Громова А. Ю. Економічні особливості та чинники успіху реклами і PR	133
Бельська К. М., Шальман Т. М. Роль керівника у формуванні корпоративної культури PR-агентства	139
Цимбаленко Є. С. Інтеракція як концептуальне поняття медіакомунікацій	142

ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА

Перехейда В. В. Внутрішній туризм як комунікація локальних спільнот: інтернет-обговорення досвіду мандрів Україною	147
Городенко Л. М. Трансформація інформації у мережевій комунікації	152
Рябічев В. Л., Каранов Є. О., Майструк Я. А. Розвиток соціальних медіа в Україні в 2010–2012 рр.	156
Синоруб Г. П. Специфіка формування медійної компетентності інтернет-аудиторії	160
Цуканова Г. О. Інтерактивні комунікації в соціальній інтернет-рекламі	164

ПУБЛІЦИСТИКА В СИСТЕМІ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Носова Б. М. Публіцистика Джуліана Барнса як осмислення соціальних і політичних явищ у Великій Британії кінця ХХ ст.	170
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Пасова Т. О. Особливості редакційної політики польського журналу «Культура» стосовно українсько-польського взаємопорозуміння	175
Хоменко І. А. Дослідження епістолярної спадщини Ганни Барвінок у контексті теорії соціальних комунікацій	179

ПОГЛЯД

Веремчук Т. Ю. Комунікаційний ресурс ЄС в контексті парламентських виборів в Україні: структурний аналіз	184
Хаджі М. Х. М. Роль ЗМІ в об'єднанні нації країни у перехідний період (на прикладі преси України та Іракського Курдистану)	190

ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

Іщук Н. М. Інтерпретація поняття «глокалізація» у терміносистемі соціальних комунікацій	194
---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА

- Брадов В. В.** Моделювання контенту друкованого видання: маркетингово орієнтований підхід . . . 198
- Нагорняк М. В.** Самостійна робота студентів як необхідний складник підготовки навчальної інформаційної радіопрограми «Студентська хвиля» 202

ЛЕКЦІЙНИЙ ФОНД

- Афанасьєва К. О.** Тенденції розвитку ринку планшетних версій періодичних видань в Україні . . 207

БІБЛІОТЕКА ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

- Вихватенко О. О.** Бібліографічний огляд навчального видання Ю. В. Бондаря «Перша інформаційна... Інформація та інформаційна політика на Стародавньому Сході» 212
- Макарський О. Е.** Черемних І. В. Телевізійний маркетинг. Показчик змісту 213

НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

- Денисенко А.** Досвід дослідження контенту провідних економічних видань 215

НАУКОВИЙ ПОШУК СТУДЕНТІВ

- Задорожна О. С.** Чисельність та структура персоналу редакції новин: у контексті сучасних потреб . . 220
- Ярмоленко Я. Ю.** Інтернет-телебачення. Учора – міф, сьогодні – реальність 226
- Зензіна Г. О.** Освітні мережеві ресурси в галузі журналістики та видавничої справи: особливості змістового наповнення та дизайну 229