

## СЛОВО ДО ЧИТАЧА

|   |   |
|---|---|
| Шановний читачу! <i>Ю. Мельнікова</i> . . . . . | 3 |
| Зарва В. А. Біобібліографічна довідка . . . . . | 3 |

## МОВА ЗМІ: РЕГУЛЯТИВНИЙ ТА ГНОСЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ

|   |    |
|---|----|
| <b>Володченко О. М.</b> Мова як комунікаційна технологія у спілкуванні з цільовими аудиторіями у туристичних виданнях . . . . .                           | 12 |
| <b>Козир Ю. А.</b> Концепт «Україна–Росія» в мас-медійному дискурсі як теоретична проблема . . . . .  | 15 |
| <b>Мірошниченко П. В.</b> Комунікативна ефективність звукового образу радіопрограм (фокус-групове дослідження) . . . . .                                  | 20 |
| <b>Нетреба М. М.</b> Лексико-граматичні засоби вираження кваліфікативних модусних категорій . . . . .   | 24 |
| <b>Перес В. В.</b> «Іліада» Гомера як історіографічний дискурс про Троянську війну: питання референційності . . . . .                                     | 31 |
| <b>Сербін С. М.</b> Елементи рефлекторності картини єдиного світу в радіомовленні . . . . .   | 38 |
| <b>Шутяк Л. М.</b> Гендерний аспект сучасної української літературної журналістики: жіночий вимір . . . . .   | 45 |
| <b>Юферева О. В.</b> Наративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціокультурній перспективі (на матеріалі журналу «Мандри») . . . . . | 51 |
| <b>Яцимірська М. Г., Гурч Л. А.</b> Неологізація сучасного медіатексту: бар'єри та активізатори перцептивності . . . . .                                  | 56 |

## МЕДІАТЕКСТ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРУКТУРИ ТА РЕПРЕЗЕНТАНТ МЕДІАКАРТИНИ СВІТУ

|   |    |
|---|----|
| <b>Варич М. В.</b> Розвиток жанру звіту на сторінках української періодики: сучасний стан та нові підходи у подачі матеріалів . . . . . | 60 |
| <b>Доценко К. О., Мельник М. В.</b> Специфіка жанрової палітри реклами брендів у пресі (на прикладі журналу «Корреспондент») . . . . .  | 64 |
| <b>Іващук А. А.</b> Традиції й новаторство в репортажному жанрі, зміни функціональних характеристик у межах групи . . . . .             | 68 |
| <b>Клименко Н. О.</b> Вербальна репрезентація образу батька на сторінках журналу «Хорошие родители» . . . . .                           | 76 |
| <b>Ломоносова К. С.</b> Тексти малої форми як репрезентант медіаінтересів аудиторії . . . . .   | 83 |
| <b>Монич Л. М.</b> Рецензія як специфічний жанр на сторінках літературно-художніх журналів . . . . .                                    | 87 |
| <b>Смусь А. Г.</b> Жанрова специфіка програмного наповнення православних телеканалів . . . . .  | 91 |
| <b>Чорнодон М. І.</b> Метафоричність образу чоловіка у сучасних глянцевих виданнях . . . . .  | 95 |

## МЕДІАКАРТИНА СВІТУ ЯК ІНТЕРПРЕТАЦІЙНА СИСТЕМА

|  |     |
|--|-----|
| <b>Вялкова І. О.</b> Аудиторія періодичних друкованих видань Донецької області: аналіз читацьких вподобань . . . . . | 99  |
| <b>Свтушенко О. М.</b> «Маленькі герої» медіадискурсу як утілення сучасної Ukrainian dream . . . . .                 | 104 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Кіндра С. О.</b> Специфіка ефірної промоції радіостанцій Ретро FM та KISS FM . . . . .   | 109 |
| <b>Косяк О. М.</b> Моделювання процесів масової комунікації за хронологічним критерієм . . . . .  | 114 |
| <b>Сімашова А. І.</b> Інформаційно-розважальні програми італійського телебачення в аспекті глобальної тенденції інфотейнменту . . . . . | 119 |
| <b>Федоришин Є. П.</b> Американська інтерпретаційна журналістика як сучасне тлумачення концепції об'єктивності . . . . .                | 124 |
| <b>Фісенко Т. В.</b> Комунікаційний вимір механізмів ретаргетингу . . . . .   | 129 |
| <b>Черемних І. В.</b> Медіапланування та мерчандайзинг телеефіру . . . . .  | 132 |
| <b>Якименко Л. М.</b> Релігійний комунікативний дискурс у сучасному американському кіно . . . . .                                       | 138 |
| <b>Яненко Я. В.</b> Феномен «контрманіпуляції» у сучасному інформаційному суспільстві . . . . .   | 143 |

### РОЛЬ ЖУРНАЛІСТА У ФОРМУВАННІ МЕДІАКАРТНИ СВІТУ

|   |     |
|---|-----|
| <b>Битюк І. В.</b> «Кінець світу» в медіаконтенті як феномен «моральної паніки» (на прикладі телеканалу «1+1») . . . . .  | 146 |
| <b>Бондаренко І. С.</b> До проблеми духовно-морального статусу сучасної української журналістики . . . . .  | 152 |
| <b>Гвоздев В. М.</b> Роль аудиторії та журналістів у функціонуванні громадянської журналістики . . . . .  | 156 |
| <b>Гіленко О. І.</b> Образ України у нарисах на сторінках журналу «Вітчизна» . . . . .  | 161 |
| <b>Жембровська К. О.</b> Застосування «брудних» технологій на парламентських виборах 2012 р. . . . .  | 164 |
| <b>Каракуць Т. Є.</b> Використання ЗМК як засобу маніпуляції в політиці та впливу на особистість . . . . .  | 169 |
| <b>Манич Н. Є.</b> Трендвочингові прогнози кінця 2012 — початку 2013 рр. . . . .  | 175 |
| <b>Полешко А. В.</b> Ціннісні орієнтації сучасної гендерно маркованої періодики . . . . .   | 180 |
| <b>Садівничий В. О.</b> Дбаючи про збереження і передачу інформації (періодичні та продовжувані видання Харківського медичного товариства XIX — початку XX ст.) . . . . . | 183 |
| <b>Сащук Т. І.</b> Умови та критерії кваліфікації актуальних проблем соціальної практики в медіа . . . . .  | 190 |
| <b>Фурманкевич Н. М.</b> Політичний портрет як один із способів формування громадської думки . . . . .  | 195 |
| <b>Яценко Г. В., Яценко А. М.</b> Роль Івана Франка як публіциста у формуванні медіакартини галицького суспільства кінця XIX – початку XX ст. . . . .                     | 200 |

### ІСТОРИЧНО ОБУМОВЛЕНИЙ ХАРАКТЕР МЕДІАКАРТНИ СВІТУ

|   |     |
|---|-----|
| <b>Ковальова Т. В.</b> «Оновлена» людина в подорожньому нарисі II половини 1920-х – початку 1930-х рр. (на прикладі журналів «Всесвіт» і «Червоний шлях») . . . . . | 206 |
| <b>Кравченко О. Л.</b> Формування редакторських підходів до довідкових видань у 20-х рр. XX ст. (на матеріалі рецензій «Вісника ІУНМ») . . . . .                    | 211 |
| <b>Лазарчук О. С.</b> Пошук нової організаційної моделі діловими виданнями на початку XXI ст. (на прикладі газети «The Financial Times») . . . . .                  | 216 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Мельник Ю. І.</b> Публіцистика Амадео Бордіґи 1920-х рр.:<br>ідейний комунізм і протистояння диктату більшовицької Москви . . . . .                                     | 220 |
| <b>Неврузова Г. М.</b> Газета «Ворошиловградська правда» 1953 р.: особливості тематичних змін<br>як передчуття перших паростків демократизації суспільного життя . . . . . | 224 |
| <b>Попіль Д. Ю.</b> Медіакартини розвитку українського постмодернізму<br>в пресі кінця 90-х – початку 2000-х рр. . . . .   | 228 |
| <b>Сипченко І. В.</b> Окружна газета на Сумщині (1923–1929):<br>тематичне наповнення, редакційна політика . . . . .  | 232 |
| <b>Ситник О. В.</b> Вплив українізаційних процесів у 20–30-х рр. ХХ ст.<br>на творення навчальних видань в Україні . . . . .   | 236 |

### ЕФЕКТИ ТА ТРЕНДИ НОВІТНІХ МЕДІА: БЛОГОСФЕРА, МІКРОБЛОГІНГ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ПОДІЄВІ КОМУНІКАЦІЇ, ГЕОСОЦІАЛЬНІ СЕРВІСИ

|  |     |
|--|-----|
| <b>Владимиров В. М.</b> Принципи журналістики в світлі теорії розуміння . . . . .  | 241 |
| <b>Дмитрів Л. Й.</b> Видавнича комунікація у соціальній мережі Facebook . . . . .  | 246 |
| <b>Плеханова Т. М., Деркач С. В.</b> Новинна спортивна онлайн-журналістика:<br>історія, сьогодення, тенденції розвитку . . . . .           | 248 |
| <b>Савончак В. Я.</b> Блогосфера інтернет-порталу risy.org.ua . . . . .  | 251 |
| <b>Салига П. Г.</b> Специфіка роботи редактора над мережевими електронними журналами . . . . .   | 256 |
| <b>Самуляк О. В.</b> Саморегулювання як визначальний чинник<br>діяльності віртуальних медіа в Україні . . . . .                            | 260 |
| <b>Семенюк Г. С.</b> Поняття медіавірусу: виникнення й утвердження терміна . . . . .   | 263 |
| <b>Сорока Л. П.</b> Особливості створення заголовків<br>у процесі підготовки PR-текстів для інтернет-видань . . . . .                      | 268 |
| <b>Тонкіх І. Ю.</b> Завдання та функції читацьких блогів<br>на сайтах інтернет-видань «Українська правда» та «Корреспондент.net» . . . . . | 273 |

### ВІЗУАЛЬНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В МЕДІА

|   |     |
|---|-----|
| <b>Ворона А. Г.</b> Основні засади забезпечення ефективного<br>сприйняття графічної інформації на журнальній сторінці . . . . . | 278 |
| <b>Волинець Г. М.</b> Малі інформаційні жанри фотожурналістики<br>у сучасній українській пресі . . . . .                        | 282 |
| <b>Масімова Л. Г.</b> Візуальна репрезентація журнального контенту . . . . .  | 287 |
| <b>Мітчук О. А.</b> Еволюція фотографії в контексті української фотожурналістики . . . . .                                      | 291 |
| <b>Циховська Е. Д.</b> Попередники реаліті-ТВ: від мондо- до снафф-фільмів . . . . .  | 293 |
| <b>Шевченко В. Е.</b> Функціональність візуального контенту<br>в міжкультурній комунікації . . . . .                            | 298 |

**ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ, МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ  
В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

|   |     |
|---|-----|
| <b>Бузулук О. С.</b> Законодавче регулювання інформаційної діяльності органів місцевого самоврядування . . . . .  | 305 |
| <b>Гаврилюк І. Л., Садовнікова О. П.</b> Шкільна газета як форма організації медіаосвітнього процесу . . . . .  | 310 |
| <b>Грицюта Н. М.</b> Загальні принципи державного регулювання етичних стандартів рекламної комунікації . . . . .  | 315 |
| <b>Носова Б. М.</b> Актуальність медійного дискурсу українсько-польських відносин: сучасність та історична ретроспектива . . . . .  | 321 |
| <b>Подліняєва І. В.</b> Піар-діяльність як наукова проблема . . . . .   | 324 |
| <b>Потієнко М. О.</b> Сутність проблеми креативності викладача вищої школи у сфері медіаосвіти . . . .  | 327 |
| <b>Сафроньєва Г. М.</b> Журналістська етика в Україні: оцінно-модальний аспект . . . . .  | 332 |
| <b>Сивоконь З. М.</b> Технології та методи промоції мистецьких проєктів (на прикладі рекламної кампанії I Міжнародного конкурсу виконавців на дерев'яних духових інструментах ім. В. С. Антонова) . . . . . | 335 |
| <b>Смишляєва О. О.</b> Соціальна відповідальність бізнесу як тренд репутаційного менеджменту . . . . .  | 339 |
| <b>Стацук І. П.</b> Чемпіонат Євро-2012 і комерційні бренди: способи кодифікації споживацьких цінностей у телевізійній рекламі . . . . .  | 344 |
| <b>Сулім А. А.</b> Особливості формування критичного мислення як результату медіакритики та медіаосвіти . . . . .   | 348 |
| <b>Сушкова О. М., Коваль Ю. С.</b> Закон України «Про засади державної мовної політики» на сторінках місцевої газети «Ваш шанс» . . . . .   | 354 |
| <b>Тишкевич К. І.</b> Бібліографічна продукція бібліотек України для юнацтва: розробка та промоція . . . . .  | 358 |
| <b>Ткаченко О. Г.</b> Державна мовна політика на сторінках тижневика «Українське слово» . . . . .   | 362 |
| <b>Хотєєва К. В.</b> PR як підсистема стратегічного менеджменту в організації роботи українських компаній . . . . .   | 366 |
| <b>Дженжебір О. М.</b> Підходи до структурно-функціонального аналізу медіасередовища . . . . .  | 372 |
| <b>Валькова К. Г.</b> Картина світу в подорожніх нарисах Іллі Ільфа та Євгена Петрова «Одноэтажная Америка» . . . . .   | 376 |