

ЗМІСТ
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>А. О. Бессараб</i> СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ЧИТАННЯ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ “ІНТЕР”.....	4
<i>І. С. Бондаренко</i> СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНІКИ ТА РЕСУРСИ У ВІЙНАХ НОВОГО ПОКОЛІННЯ	13
<i>С. І. Гнатишин</i> ІСТОРІОГРАФІЯ БЛОГОСФЕРИ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ КОНТЕКСТ	18
<i>А. К. Досенко</i> АМАТОРСЬКИЙ МЕДІАМАТЕРІАЛ ЯК ФОРМА ВИЯВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ НЕБАЙДУЖОСТІ УКРАЇНЦІВ	23
<i>В. А. Ковпак</i> ПОЛІТВ’ЯЗНІ ЯК НАЦІОНАЛЬНА ЕЛІТА: СМИСЛОВІ МОДИФІКАЦІЇ ПУБЛІЦИСТИКИ УКРАЇНСЬКОЇ ПОВОЄННОЇ ЕМІГРАЦІЇ.....	27
<i>А. Е. Куля</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО ЯК ПРОДУКТ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	36
<i>О. М. Рижко</i> ПЛАГІАТ: СКЛАДНИКИ РОЗУМІННЯ	40
<i>А. Sypowicz</i> SOCIAL IMPACT: STUDY ON CHOSEN THEORIES, TOOLS AND EXAMPLES OF USE OF PROPAGANDA AND PERSUASIVE STATEMENTS. POLISH ELECTIONS CASE 2015	49

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Ж. І. Безп’ятчук</i> СИМВОЛИ У ВИСВІТЛЕННІ ЄВРОМАЙДАНУ НІМЕЦЬКИМИ ДРУКОВАНИМИ ЗМІ	56
<i>О. В. Богуславський</i> ДРУГИЙ З’ЇЗД УКРАЇНСЬКИХ ЖУРНАЛІСТІВ США І КАНАДИ (ЖОВТЕНЬ, 1966): ШЛЯХОМ САМООРГАНІЗАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА.....	62
<i>Т. Г. Бондаренко</i> ТЕРМІНОЛОГІЙНА ПАНЕЛЬ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ МЕДІА	69
<i>Е. О. Бурдіна</i> ІНФОГРАФІКА НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ВПЛИВ ІНФОТЕЙНМЕНТУ НА ВІЗУАЛІЗАЦІЮ ФАКТІВ	75
<i>Ю. Н. Витвицька</i> ВИВЧЕННЯ АУДИТОРІЇ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ РЕДАКЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ МОЛОДІЖНОГО ВИДАННЯ.....	81
<i>Т. С. Гиріна</i> МОВНА ГРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФАТИЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ РАДІОЕФІРУ	87
<i>О. В. Гресько</i> СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ	92
<i>С. О. Добрава</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	96
<i>Б. В. Іваницька</i> ПОВТОРЮВАНІСТЬ ТЕМ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ДІЄВОСТІ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИХ ПУБЛІКАЦІЙ ФАХОВО-ГОСПОДАРСЬКИХ ЧАСОПИСІВ ГАЛИЧИННИ МІЖВОЄННОГО ПЕРІОДУ (НА ПРИКЛАДІ ТЕМАТИКИ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНОГО МОЛОЧАРСТВА)	100
<i>І. М. Климович</i> ПАТРІОТИЧНИЙ КОНТЕНТ ДИТЯЧИХ ТЕЛЕПРОГРАМ В УКРАЇНІ.....	106
<i>А. Ю. Ковбасенко</i> КЛАСИФІКАЦІЯ РЕАЛІТІ-ШОУ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ	110
<i>М. М. Нетреба</i> “ЕКСТРЕМАЛЬНА” ЖУРНАЛІСТИКА НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	114
<i>О. О. Немцева</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ДОЗВІЛЛЯ ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ	119

<i>О. І. Подаряща</i> СОЦІОКУЛЬТУРНІ ФУНКЦІЇ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА УКРАЇНИ.....	123
<i>І. І. Собокар</i> РОЛЬ КАРИКАТУРИ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ САТИРИЧНОГО ЖУРНАЛУ “ЧЕРВОНИЙ ПЕРЕЦЬ” ПОЧАТКОВОГО ПЕРІОДУ.....	127
<i>О. В. Усманова</i> ХАРКІВ – ЦЕНТР КУЛЬТУРНО-ОСВІТНІХ ТРАДИЦІЙ В ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ.....	132
<i>М. Р. Яблонський</i> АНАЛІТИКА ПЕТРА ВОЛИНЯКА ПОЧАТКУ 1950-х РОКІВ: ТЕМА ЕМІГРАЦІЙНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	135
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ	
<i>Т. Ю. Киричок, Н. М. Фіголь</i> ТЕРМІНОЛОГІЯ ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАЛЬНОГО ДИСКУРСУ	143
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ	
<i>О. О. Балюн</i> СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗВИТКУ DIGITAL ООН.....	148
<i>О. В. Бурлаков</i> САЙТ МІСЬКОЇ РАДИ МАРІУПОЛЯ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА НАСЕЛЕННЯ МІСТА.....	153
<i>Р. Ю. Вежель</i> ЕКОСИСТЕМА КОМУНІКАЦІЙ БРЕНДА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	156
<i>О. В. Голік</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РІЗНИХ ГРУП ЛЕКСИКИ В РЕКЛАМНІЙ КОМУНІКАЦІЇ.....	160
<i>А. П. Киричок</i> МЕНТОРСЬКИЙ ПІДХІД У ПІДГОТОВЦІ PR-ФАХІВЦІВ	165
<i>Г. В. Нищик</i> РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДІЯЛЬНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ З ВИХОДОМ У МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ	171
<i>Н. Ф. Семен</i> РОСІЙСЬКІ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ ЯК ВЕБ МАС-МЕДІА	177
<i>І. А. Федотов</i> ОСНОВНІ ТУРИСТИЧНІ ПРИРОДНО-АНТРОПОГЕННІ ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ РЕСУРСИ (НА ПРИКЛАДІ ХЕРСОНСЬКОГО ТА МИКОЛАЇВСЬКОГО РЕГІОНІВ).....	183
<i>Г. Я. Холод</i> СПЕЦИФІКА ЗАСОБІВ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ “КІНО-ГАЗЕТИ” (1930).....	188
<i>Ю. І. Шмига</i> “ФАМА” – ПЕРША УКРАЇНСЬКА РЕКЛАМНА АГЕНЦІЯ НА ГАЛИЧИНІ.....	194
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	199