

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>А. О. Бессараб</i> ТЕХНОЛОГІЇ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЯК НОВИЙ ТРЕНД У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРИ ЧИТАННЯ	4
<i>В. А. Ковпак</i> АКСІОГЕНЕЗА ПУБЛІЦИСТИКИ Я. СТЕЦЬКА: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СМISЛУ «БОГ»	9
<i>О. М. Рижко</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗКРИТТЯ ТЕМИ ПЛАГІАТУ В ІГРОВОМУ КІНО	14
<i>О. О. Сібірякова</i> СУЧАСНІ СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В КОНТЕКСТІ МОДЕЛЮВАННЯ МУЛЬТИПЛІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	21
<i>О. М. Холод</i> ПОСТУЛАТИ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ (АБО СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЙ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ, СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРАЦЯХ Г. ПОЧЕПЦОВА, В. РІЗУНА Й О. ХОЛОДА)	28

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Т. Г. Бондаренко</i> ФОРМУВАННЯ АУДИТОРІЇ ЧЕРЕЗ ПРОМОЦІЮ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕЛЕВЕДУЧОГО	40
<i>Т. С. Гиріна</i> СОЦІАЛЬНА РОЛЬ РАДІОМОВЛЕННЯ В ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОГО КОНФЛІКТУ НА СХОДІ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ	45
<i>В. В. Гоян, А. І. Іщенко</i> ТЕЛЕБАЧЕННЯ В НАУКОВИХ ПРАЦЯХ УКРАЇНСЬКИХ УЧЕНИХ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ДИСЕРТАЦІЙ 1980–2016 РР.)	51
<i>О. В. Гресько</i> ГРОМАДЯНСЬКИЙ СКЛАДНИК СУЧАСНОГО ІНОМОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	57
<i>Т. О. Коміна</i> СУЧАСНИЙ МЕДІАПРОСТІР ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ФОРМУВАННЯ АКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СПОЖИВАЧІВ МЕДІА	62
<i>В. В. Костюк, Т. В. Зозуль</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ НА СТОРІНКАХ ЗАПОРІЗЬКИХ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИДАНЬ	66
<i>О. Г. Макарчук</i> ДО ПИТАННЯ ПРО СКЛАД КОНТИНГЕНТУ ПЕРЕДПЛАТНИКІВ ЖУРНАЛУ «НАРОД» (ГАЛИЧИНА В СКЛАДІ АВСТРО-УГОРСЬКОЇ, 1890–1895 РР.)	70
<i>О. А. Нестеренко</i> ПОНЯТТЄВІ СФЕРИ ТЕРМІНІВ ДЛЯ НОМІНАЦІЇ НОВИХ МЕДІАФОРМАТІВ	80
<i>Н. Ф. Семен</i> ПОЛІТИЧНА СПЕЦИФІКА РОСІЙСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	87
<i>Г. Я. Холод</i> ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ З ОЦІНКОЮ МЕДІАТЕКСТІВ (НА ПРИКЛАДІ «КІНО-ГАЗЕТИ» ЗА 1929 РІК)	93

МЕДІАПРАВО

<i>П. С. Вербицький</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ЖУРНАЛІСТІВ ІЗ ПРЕДСТАВНИКАМИ ВЛАДИ В УКРАЇНІ	101
<i>Л. І. Данча</i> ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАС-МЕДІА У ВІТЧИЗНЯНОМУ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВЧОМУ ДИСКУРСІ 1990–2010-Х РР.	106
<i>А. М. Немеш</i> СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЇХ РОЛЬ У СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ПЕРЕТВОРЕННЯХ В УКРАЇНІ	112

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>І. Л. Демченко</i> ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗНАКОВО-СИМВОЛІЧНОГО ПРОСТОРУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ.....	119
<i>Н. Д. Санакоєва, М. П. Закарлюка</i> СПОНСОРСТВО ЯК РЕКЛАМНО-КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ В МЕДІАХОЛДИНГУ STARLIGHTMEDIA.....	124
<i>Н. Д. Санакоєва, С. Г. Куц</i> ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДІАБРЕНД «FORBES»: ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА СПЕЦИФІКА РЕКЛАМИ У «FORBES УКРАЇНА».....	129

МЕДІАОСВІТА

<i>А. П. Киричок</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ CASE STUDY В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ЗІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.....	134
<i>Г. О. Полякова</i> ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАОСВІТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОЧАТКОВІЙ ЛАНЦІ СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ.....	138
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	143