

ЗМІСТ

ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО

<i>Г. А. Єрмолаєва</i> САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТЬОГО ФАХІВЦЯ-ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ	4
--	---

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>І. С. Бондаренко</i> ТЕОРІЯ СОЦІОІНЖЕНЕРНОГО РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ АНАЛІЗУ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	9
<i>В. В. Брадов</i> КОНКУРЕНЦІЯ ЯК РЕГУЛЯТОР МЕДІАРИНКУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	15
<i>Л. І. Данча</i> ПРАВОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАСМЕДІА ЯК ЧИННИК КОМУНІКАЦІЙНОГО БАЛАНСУ, КОМУНІКАЦІЙНОГО КОНСЕНСУСУ ТА МІНІМАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ РИЗИКІВ: АКТУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ	19
<i>А. П. Киричок</i> ГІБРИДНА ВІЙНА ЯК ФЕНОМЕН ВІЙСЬКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДУМКИ ХХІ СТ. (ІСТОРИЧНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ)	26
<i>О. М. Рижко</i> СПОСОБИ ВЧИНЕННЯ ПЛАГІАТУ	31
<i>С. А. Стародуб</i> КОНФЛІКТ ЯК СКЛАДОВА МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	38
<i>О. М. Холод</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ВИТОКИ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ (ІСТОРИКО-ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ)	44

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>А. Д. Баранецька</i> МАСМЕДІЙНА КОМУНІКАЦІЯ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДІАЛОГУ	57
<i>Т. С. Гиріна</i> ТЕХНОЛОГІЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ СИСТЕМИ СУЧАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ	61
<i>В. В. Гоян, О. Я. Гоян</i> УПРАВЛІННЯ РАДІОСТАНЦІЄЮ ЯК ТВОРЧИЙ ПРОЦЕС	65
<i>А. В. Кліщ</i> КОГНІТИВНИЙ ФРЕЙМ «УКРАЇНА» В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДОРОбКУ РОМАНА РАХМАННОГО	73
<i>О. Г. Макарчук</i> ПОЛІТИЧНІ ОГОЛОШЕННЯ ТА КОМЕРЦІЙНА РЕКЛАМА В РАДИКАЛЬНИХ ПАРТІЙНИХ ЗМІ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧ. ХХ СТ.	79
<i>Ю. Г. Мельничук, Т. С. Гринівський</i> ВИСВІТЛЕННЯ ГАЗЕТОЮ «БУКОВИНА» (1885–1910) ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ У БУКОВИНСЬКІЙ ПРАВОСЛАВНІЙ ЦЕРКВІ	84
<i>Г. Я. Холод</i> ФЕЙЛЕТОНИ ГАЗЕТИ «КІНО-ТИЖДЕНЬ» (1927): ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНИЙ І ХУДОЖНИЙ АСПЕКТИ, КЛАСИФІКАЦІЯ	92

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>Г. Г. Поберезська</i> АНТРОПОЦЕНТРИЧНІСТЬ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО ТЕКСТУ	98
<i>Л. Г. Пономаренко, Є. М. Сердюк</i> ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ НАВЧАЛЬНИХ ВИДАНЬ ДЛЯ ВИЩОЇ ШКОЛИ	103
<i>Н. М. Фіголь</i> СИНТАКСИС ФАХОВОГО ЕЛЕКТРОННОГО ТЕКСТУ	110

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>О. О. Балюн</i> АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ В РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО РИНКУ	115
<i>Т. Г. Бондаренко</i> РЕГІОНАЛЬНА ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПЕРЕДПЛАТНОЇ КАМПАНІЇ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ АУДИТОРІЇ	120
<i>А. В. Гусєв</i> ОСОБЛИВОСТІ PR-КОМУНІКАЦІЇ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	125
<i>А. К. Досенко</i> СТРИМІНГ ЯК СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС	129
<i>Кашпур А. О.</i> РОЛЬ ФОРМУВАННЯ РЕПУТАЦІЇ КОМПАНІЇ В ПОДОЛАННІ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ.....	133
<i>В. В. Костюк, А. О. Ненадов</i> СПЕЦИФІКА ПРОЦЕСУ АРГУМЕНТАЦІЇ В БЛОГАХ УКРАЇНСЬКИХ АНАЛІТИКІВ	139
<i>Я. В. Яненко</i> УПАКОВКА ЯК СКЛАДОВА РЕКЛАМНИХ КОМУНІКАЦІЙ	144
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	149