

ЗМІСТ

Бахметьєва А. М. ОСНОВНІ АТРИБУТИ ТА ДРАЙВЕРИ БРЕНДА УНІВЕРСИТЕТУ	3
Безчотнікова А. О. ЗАСТОСУВАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ РЕКЛАМНИХ ТА PR-ЗАВДАНЬ	8
Безчотнікова С. В. ПРОТОРЕКЛАМНІ КОМУНІКАЦІЇ ПЕРІОДУ КИЇВСЬКОЇ РУСИ	18
Блинова Н. М. УКРАЇНСЬКИЙ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ САЙТ ЯК РІЗНОВИД МЕРЕЖЕВОГО РЕСУРСУ	26
Бутиріна М. В. ФЕНОМЕН ПСЕВДОГРОМАДСЬКОСТІ У СУЧАСНІЙ PR-ПРАКТИЦІ: КОМУНІКАЦІЙНО-ДИСКУРСИВНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОЗНАКИ	32
Вежель Р. Ю. І-БРЕНД: ПРОБЛЕМАТИКА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНТЕРАКЦІЙ	37
Гадьо Н. Р. ОСОБЛИВОСТІ КОНВЕРГЕНЦІЇ НА ПРИКЛАДІ МЕДІЙ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ В ІНТЕРНЕТІ	45
Галацька В. Л. СВІДОМІСНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ФАКТУ В ТЕАТРАЛЬНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ УКРАЇНИ ПЕРЕЛОМНОГО ПЕРІОДУ (2013–2015 рр.) (НА МАТЕРІАЛІ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ)	52
Гусєва Е. А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖАНРА	58
Жарко С. Ю. ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ ТА ЇХ ВІДОБРАЖЕННЯ В МОВІ ЗМІ	64
Іванова Н. І. САЙТ ВИДАВНИЦТВА ЯК ЧИННИК ПРОМОЦІЇ КНИГИ	70
Іванова С. А. ПОИСК ЗНАНИЙ: ОТ КЛИПОВОГО СОЗНАНИЯ К ПОНИМАНИЮ	76
Ісасва Н. О. SLOW TV: ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ЗАСПОКІЙЛИВЕ. ІСТОРІЯ ПОЯВИ НА ТЕЛЕЕКРАНАХ	83
Кирилова О. В. КРОС-МЕДІЙНИЙ ХАРАКТЕР ДІЯЛЬНОСТІ «THE NEW YORK TIMES»: ГЕНЕЗА ТА СУЧАСНИЙ СТАН	87
Коник А. В. РЕСУРСИ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ У ДОСЛІДЖЕННІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ТЕКСТУ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	93
Куля А. Е. НОВИЙ ЖУРНАЛІСТ – УНІКАЛЬНИЙ В УНІВЕРСАЛЬНОМУ	100
Мироненко Л. А. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ДИАЛОГ ЧЕРЕЗ ДЕСЯТИЛІТТЯ	104
Назаренко О. В. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ ВІТЧИЗНЯНОГО СЕГМЕНТА МЕРЕЖІ: СПЕЦИФІКА АРХІТЕКТОНІКИ ТА КОНТЕНТ	108
Обласова О. І. УКРАЇНСЬКІ РЕКЛАМНІ РЕСУРСИ: СПЕЦИФІКА АРХІТЕКТОНІКИ ТА КОНТЕНТ	114
Осюхіна М. О. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МЕДІАОСВІТИ	120
Павленко В. В. ОСНОВНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВОЄННОГО МЕДІАДИСКУРСУ	127
Подмогильная Н. В. «ЧУДОВИЙ ДНІПРО У ТИХУ ПОГОДУ», ИЛИ Н. ГОГОЛЬ В УКРАИНСКИХ ПЕРЕВОДАХ	132
Рудик М. С. УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА: ПЕРЕХІД ВІД РАДЯНСЬКОЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОЇ (в осмисленні Володимира Здорогеги)	139
Sukhenko I. M. ON ENVIRONMENTAL COMMUNICATIONS IN THE INFORMATION SOCIETY: WITH A VIEW TO LAUNCHING RECONSIDERATIONS	145

Темченко Л. В. ЕСТЕТИЗАЦІЯ ІСТОРИЧНОГО ФАКТУ В ПУБЛІЦИСТИЦІ НОВІТНЬОГО ЧАСУ (НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ С. ЛОЙКА «АЭРОПОРТ»)	149
Терханова О. В. АБРЕВІАЦІЯ ЯК СПЕЦИФІЧНЕ МОВНЕ ЯВИЩЕ В ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ 80–90-х рр. XX ст.	153
Шевченко Г. О. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРОС-МЕДІА В КОНТЕКСТІ КОНВЕРГЕНЦІЇ ЗМІ.....	159
Яблонський М. Р. ЧАСОПИС «НОВІ ДНІ»: РУБРИКИ «ЧИТАЧІ ПИШУТЬ» ТА «НАШЕ ЛИСТУВАННЯ» ЯК СКЛАДНИК РЕДАКТОРСЬКОЇ ПОЛІТИКИ ПЕТРА ВОЛИНЯКА (МАТЕРІАЛИ 1960 р.)	164

ДИСКУСІЇ, ВІДГУКИ, РЕЦЕНЗІЇ

Демченко В. Д. ВІДГУК НА ДИСЕРТАЦІЮ СІМАШОВОЇ А. І. «МАС-МЕДІА ІТАЛІЇ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»	173
Гудошник О. В. «ІСТОРІЯ – НЕ РОК, КРАЇНИ ЗДАТНІ ЗМІНЮВАТИСЯ»	176

CONTENT

Bakhmetieva A. KEY ATTRIBUTES AND DRIVERS OF UNIVERSITY BRAND .. 3	
Bezchotnikova A. SOLVING ADVERTISING AND PR-TASKS BY USING GAMIFICATION	8
Bezchotnikova S. ADVERTISING PROTOFORMS IN KIEVAN RUS PERIOD.....	18
Blinova N. UKRAINIAN SCIENTIFIC-POPULAR SITE AS A KIND OF THE NETWORK RESOURCE.....	26
Butyrina M. THE PHENOMENON OF PSEUDO-PUBLIC IN MODERN PR-PRACTICE: COMMUNICATION-DISCURSIVE AND FUNCTIONAL FEATURE	32
Veshel R. I-BRAND: PROBLEMS OF INFORMATION AND COMMUNICATION INTERACTIONS.....	37
Hado N. FEATURES OF CONVERGENCE ON THE EXAMPLE OF CATHOLIC CHURCH'S MEDIA ON THE INTERNET.....	45
Galats'ka V. CONSCIOUSNESS INTERPRETATION OF THE FACT IN THE THEATRICAL PUBLICISM OF THE TURNING PERIOD (2013–2015) (BASED ON THE SPECIALIZED PERIODICALS).....	52
Huseva E. THEORETICAL ASPECTS OF GENRE ESSAYS.....	58
Zharko S. TRENDS OF MODERN UKRAINIAN LITERARY LANGUAGE AND THEIR DISPLAY IN THE MEDIA LANGUAGE	64
Ivanova N. PUBLISHING HOUSE'S WEBPAGE AS A FACTOR OF BOOK PROMOTION.....	70
Ivanova S. THE KNOWLEDGE RESEARCH: FROM THE CLIP CONSCIOUSNESS TO AWARENESS.....	76
Isaeva N. SLOW TV: TV AS A SEDATIVE. THE HISTORY OF ITS APPEARANCE ON TV	83
Kyrylova O. THE NEW YORK TIMES' CROSS-MEDIA ACTIVITIES: GENESIS AND MODERN CONDITION	87
Konyk A. RESOURCES OF HISTORICAL MEMORY IN RESEARCHING PUBLICISTIC TEXTS: METHODOLOGICAL ASPECTS....	93
Kulia A. A NEW JOURNALIST: UNIQUE IN UNIVERSAL	100
Myronenko L. ARTISTIC COMMUNICATION: A DIALOGUE THROUGH IN A DECADE	104
Nazarenko O. EDUCATIONAL RESOURCES OF THE DOMESTIC SEGMENT OF THE NETWORK: SPECIFIC FEATURES OF ARCHITECTONICS AND THE CONTENT	108
Oblasova O. UKRAINIAN ADVERTISING RESOURCES: THE SPECIFICITY OF THEIR ARCHITECTONICS AND CONTENT	114
Osiukhina M. THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF THE MAJOR COMPONENTS OF INFORMATION SOCIETY WITH MEDIA EDUCATION..	120
Pavlenko V. THE MAIN DISCIPLINARY APPROACHES TO THE STUDY OF WAR MEDIA DISCOURSE	127
Pidmogilna N. GOGOL IN UKRAINIAN TRANSLATION	132
Rudyk M. UKRAINIAN JOURNALISM: TRANSITION FROM SOVIET TO EUROPEAN (IN V. ZDOROVEHA'S COMPREHENSION).....	139
Sukhenko I. ON ENVIRONMENTAL COMMUNICATIONS IN THE INFORMATION SOCIETY: WITH A VIEW TO LAUNCHING RECONSIDERATIONS.....	145
Temchenko L. AESTHETIC QUALITY OF HISTORICAL FACT IN JOURNALISM IS THE NEWEST TIME (ON THE EXAMPLE OF NOVEL «AIRPORT» BY S. LOYKO).....	149

Terkhanova O. ABBREVIATION AS A SPECIFIC LINGUISTIC PHENOMENON IN THE 1980–90-IES NEWSPAPER JOURNALISM	153
Shevchenko A. FUNCTIONAL SPECIFICS OF CROSSMEDIA IN THE CONTEXT OF MASSMEDIA'S COVERGENCE	159
Yablonsky M. MAGAZINE «NEW DAYS»: «READERS WRITE» AND «OUR CORRESPONDENCE» AS A COMPONENT OF PETRO VOLYNYAK'S EDITORIAL POLICY (IN THE 1960-ies PUBLICATIONS)	164

DISCUSSIONS, RESPONSES, REVIEWS

Demchenko V. Thesis response: Simashova F.I. «Italian mass media in the context of globalization processes»`	173
Hudoshnik O. «History isn't a fatality, countries are able to change»	176