

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Кафедра журналістики

ДІАЛОГ

МЕДІА-СТУДІЇ

Збірник наукових праць

Відповідальний редактор
Олександр Александров

Засновано у 2004 році

15'2012

Одеса
«Астропринт»
2012

УДК 070.422

ББК 76.01

Д44

Видання присвячене дослідженню актуальних проблем соціальних комунікацій, а також літературознавства й мовознавства. Розглянуті питання як загальнотеоретичного, так і прикладного характеру.

Адресовано науковцям, викладачам, аспірантам і студентам, усім, хто цікавиться проблемами соціальних комунікацій.

Засновник:

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Редакційна колегія:

д-р філол. наук **Олександр Александров** (відповідальний редактор);

д-р філол. наук **Галина Богданович**;

д-р філол. наук **Олександр Бондар**;

д-р філол. наук **Олена Жаборюк**;

д-р наук із соціальних комунікацій **Олена Іванова**;

д-р іст. наук **Іван Крупський**;

д-р філол. наук **Наталя Малютіна**;

д-р філол. наук **Валентина Мусій**;

д-р філол. наук **Наталя Поплавська**;

канд. філол. наук **Олена Порпуліт** (заст. відп. редактора);

д-р філол. наук **Олена Ткаченко**;

канд. філол. наук **Тетяна Шевченко**;

Світлана Бондар (відповідальний секретар)

З М І С Т

МЕДІА-СЛОВО

<i>Олександр Александров.</i> Базова модель публіцистичної комунікації	7
<i>Людмила Губа.</i> Сатира и абсурд как способы реализации коммуникативной функции литературы	17
<i>Євген Джиджора.</i> Аспекти символізації картини світу в Службі князю Володимирі	28
<i>Наталія Подмогильная.</i> Коммуникативная трансформация жанра в творчестве А. Аверченко	39
<i>Марія Слюсаренко.</i> Комунікативний аспект раціонального начала памфлетного жанру (на прикладі памфлетів М. Хвильового)	46
<i>Володимир Супрун.</i> Синтаксичні засоби художнього орнаментування жіночих образів	54
<i>Максим Фірсенко.</i> Газетна публіцистика Юрія Андруховича 1997–2007 рр.: засоби впливу	60
<i>Тетяна Шевченко.</i> Публіцистичний проект «Інший формат»: жанрові особливості	74

МЕДІА-КОМУНІКАЦІЯ

<i>Віта Березенко.</i> Генезис і предметна галузь науки про зв'язки з громадськістю	83
<i>Галина Білак.</i> Відображення ролі та значення соціальної комунікації у доктрині Ватикану	93
<i>Олександр Виходець.</i> Про дослідження соціальних комунікацій на підставі візуалізації проблеми	101
<i>Ніна Зражевська.</i> Культурні війни в контексті медіакультури	105
<i>Олена Іванова.</i> Мова екрану у зоні цифрових і віртуальних перетворень	115
<i>Алла Коваленко.</i> Сучасний екологічний PR в Одеському регіоні: специфіка функціонування	125

<i>Вікторія Ковчак.</i> Інформаційна доба: політичні прояви ідеології	137
<i>Марія Комова.</i> Розбудова типологічної структури нових медіа	147
<i>Галина Листвак.</i> «Книга художника»: термінологічні труднощі	156
<i>Елена Матузкова.</i> Універсализация поняття «идентичность» в соціогуманитарном знанні ХХ века	165
<i>Олег Пархитько.</i> Стереотипи американського кіно як засіб формування масової свідомості (на прикладі оскароносних фільмів)	175
<i>Олег Синюкокий.</i> «Supraphon» в системі соціальних комунікацій Чехії: минуле і сьогодення	188
<i>Ксенія Сізова.</i> Перекладацькі інтерпретації елегії Р. М. Рільке («Marina-Elegie»): адекватність передачі особливостей змісту і форми	199
<i>Юлія Шафаренко.</i> Ситуаційний аналіз у плануванні PR-програм	211

МЕДІА-ЖУРНАЛІСТИКА

<i>Світлана Белькова.</i> Модифікації портретного нарису в сучасній українській газетній практиці (на матеріалі загальноукраїнських та регіональних видань початку ХХІ ст.)	219
<i>Сергій Демченко.</i> Теоретичні та практичні аспекти створення медіаобразу незалежної України	233
<i>Олена Деяк-Якобишин.</i> Колумністика як унікальне явище у сучасних ЗМІ	241
<i>Ірина Дяченко.</i> Журнали сімейного типу в системі друкованих ЗМІ	247
<i>Ольга Дяченко.</i> Тема евтаназії на сторінках газети «Зеркало недели» (2000–2011 гг.)	257
<i>Олеся Жук.</i> Проблеми тексту і жанру в телевізійній комунікації	266

<i>Світлана Козицяцька. Формування веб-каталогів конфесійних видань Укрнету в умовах глобалізації</i>	276
<i>Марина Макущенко. Основні принципи формату інфотейнмент в ефірі українських телеканалів</i>	287
<i>Ірина Мацьшина. В поисках болевых точек «киношного» зрителя</i>	296
<i>Саліх Хіва Тахір. Основоположні засади функціонування шведської преси: традиції та новаторство</i>	309
<i>Ірина Сидун. Російська політика США другої половини ХІХ ст. за матеріалами преси Херсонської та Бессарабської губерній</i>	317
<i>Наталія Стеблина. Формат сучасної Інтернет-кореспонденції (на матеріалі публікацій «Української правди»)</i>	326
<i>Ірина Тонкіх. Функції блогів на сайтах українських Інтернет-ЗМІ</i>	341
<i>Лілія Шутяк. «Новий журналізм» в українській і польській традиції</i>	351

МЕДІА-РЕКЛАМА

<i>Максим Демченко. Просування та підтримка бренду засобами масової комунікації</i>	361
<i>Наталія Ковтун. Прагматична мета рекламного дискурсу на радіо та стратегії й тактики її реалізації: теоретичне осмислення понять</i>	368
<i>Тетяна Лобойко. Класифікація механізмів психологічного впливу соціальної реклами на свідомість людини</i>	378
<i>Наталья Мантуло. Ментально-когнітивна парадигма українського PR</i>	390
<i>Сергій Мельник. Способы применения нейролингвистического программирования в СМИ (на примере использования маркировки в рекламном сообщении)</i>	400
<i>Айше Платонова. Специфіка контенту рекламних подач (на прикладі друкованих мас-медіа Криму)</i>	406

<i>Александр Самсон. Социально-деловые контакты между заказчиками и исполнителями массовых мероприятий в шоу-бизнесе</i>	415
<i>Наталія Фурманкевич. Специфіка тізер-кампанії на українському рекламному ринку</i>	422

МЕДІА-МАГІСТЕРІУМ

<i>Ольга Будько. Технології формування іміджу шоу-зірки (на прикладі Руслани)</i>	431
<i>Аліна Громова. Економічні особливості та фактори успіху реклами та PR (на прикладі загальнодержавного видання газети «Вечірня Полтава»)</i>	434
<i>Лілія Дроздик. Особливості рекламування тютюнових виробів: діахронічний дискурс</i>	437
<i>Анастасія Здрікова. Імідж як ключовий чинник позиціонування територіальних утворень України</i>	441
<i>Олеся Півторак. Конкуренція серед рекламних агентств як основа їхнього функціонування</i>	443
<i>Наталія Ревко. Зміна гендерних стереотипів у телевізійній рекламі</i>	447
<i>Олександр Татохін. Просування образу політичного діяча в суспільстві (на прикладі образу Арсенія Яценюка)</i>	451
<i>Олена Федорова. Соціальні мережі як джерело інформаційних приводів для мас-медіа</i>	454
<i>Анастасія Якових. Еволюція Product Placement в соціально-комунікаційній сфері</i>	457
<i>Олександра Якових. Технології міфодизайну у візуальній комунікації</i>	459
<i>Марія Яшук. Використання методів перформансу в сучасній рекламі</i>	461
Відомості про авторів	463
Від редакційної колеги	467