

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>А. О. Бессараб</i> МЕДІАВИСТАВИ ВІД УКРАЇНСЬКИХ ПИСЬМЕННИКІВ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ .....	4
<i>Г. В. Любовець, В. Г. Король</i> АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО МОНІТОРИНГУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В УКРАЇНІ .....	10
<i>Л. Ф. Муц</i> ДИСКУРСНА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	17
<i>Н. М. Ніколаєнко</i> ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ БІБЛІОТЕКОЮ ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОЮ УСТАНОВОЮ СУСПІЛЬСТВА .....	21

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Х. Д. Гурчіані</i> УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЦЕСАМИ ЧЕРЕЗ ЗМІ .....	28
<i>І. К. Дударевич</i> МІСЦЕ АЗІЙСЬКОЇ МОДЕЛІ СЕРЕД КОМЕРЦІЙНОГО, ГРОМАДСЬКОГО Й ДЕРЖАВНОГО ТБ .....	33
<i>Т. С. Єжижанська</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ У РЕАЛЬНОМУ Й ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ .....	38
<i>Т. В. Іванюха, Г. О. Полякова</i> ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ЯК ЖАНРОТВІРНИЙ ЧИННИК У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЕСЕЇСТИЦІ .....	43
<i>В. В. Костюк, А. В. Кравченко</i> ІНТЕРВ'Ю НА СТОРІНКАХ МЕРЕЖЕВИХ ВИДАНЬ .....	49
<i>Ю. В. Любченко</i> ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ РАДІО .....	54
<i>Д. І. Миронюк</i> 2043 РІК – РІК ВИХОДУ ОСТАННЬОЇ ГАЗЕТИ У СВІТІ: ІЗ ДОСВІДУ ВИКЛАДАННЯ КУРСУ “КОНЦЕПЦІЯ ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ” .....	58
<i>П. В. Мірошниченко</i> ЕФІРНА КАРТИНА УКРАЇНСЬКОГО КОМЕРЦІЙНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ ЯК НАЦІОНАЛЬНИЙ ІДЕНТИТЕТ .....	63
<i>О. О. Сібірякова</i> ІНТЕРНЕТ У МОДЕЛЮВАННІ НОВИХ ТИПІВ ЗВ'ЯЗКІВ АУДИТОРІЇ ТА СУЧАСНИХ МЕДІА .....	69
<i>Н. І. Тяпкіна, А. І. Лисак</i> РЕАЛІЗАЦІЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ .....	74
<i>О. В. Усманова</i> РОСІЙСЬКА АГРЕСІЯ ПРОТИ УКРАЇНСЬКОГО СЛОВА В ІСТОРІЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ .....	78
<i>О. О. Хіренко</i> КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНИХ ДРУКОВАНИХ ЗМК ЯК СКЛАДОВА ВИДАВНИЧОЇ ПРОБЛЕМИ .....	83
<i>М. В. Чабаненко, М. І. Ботнарева</i> ВИРОБНИЦТВО ФОТОНОВИН В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ .....	88

### ПСИХОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ

<i>І. Ю. Антоненко</i> ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ТЕКСТ: ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ .....	92
---	----

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>Н. Д. Миронюк</i> ВИДАВНИЧА СПРАВА “КОРОННОГО КРАЮ” КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТ. ОЧИМА СУЧАСНИХ ДОСЛІДНИКІВ .....	97
--	----

## ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>А. К. Досенко</i> БЛОГІНГ ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПРИХОВАНОЇ РЕКЛАМИ .....	100
<i>Л. А. Дроздик</i> ТРЕНДИ ПОЛІТИЧНОЇ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ ПІД ЧАС ПОЗАЧЕРГОВИХ ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2014 РОКУ В УКРАЇНІ .....	104
<i>Ю. П. Лебедєва</i> РЕКЛАМНИЙ БУКЛЕТ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ ДРУКОВАНОЇ РЕКЛАМИ .....	109
<i>М. С. Майборода</i> ЄВРОПЕЙСЬКА КУЛЬТУРНО-ОСВІТНЯ ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПОБУДОВИ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ БРИТАНСЬКОЇ РАДИ В УКРАЇНІ) .....	113
<i>Н. Б. Мантуло</i> ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ У ПАРАДИГМІ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ .....	117
<i>Г. В. Сухаревська</i> ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ КЛАСУ ЛЮКС У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ТА ОНЛАЙН-ПРОДАЖІ В ЛАКШЕРІ СЕГМЕНТІ: ОСОБЛИВОСТІ, ЗАВДАННЯ, PR-СТРАТЕГІЇ .....	122
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ .....	131