

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>В. В. Воронова</i> СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ГЕОБРЕНДИНГУ .....	3
<i>А. С. Карнаух</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СПОРТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ ЗА ДОПОМОГОЮ SWOT-АНАЛІЗУ.....	9
<i>Л. А. Раренко</i> ДИНАМІЧНА 3D-ГРАФІКА ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ БРЕНДІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ .....	16
<i>В. М. Ривліна</i> МЕДІАТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРИ: ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ .....	22
<i>С. А. Стародуб</i> ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА СИСТЕМИ ЗАХИСТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ .....	27
<i>Г. О. Шевченко</i> ЯВИЩЕ МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ТА СИНОНІМ КРОС-МЕДІЙНОСТІ.....	32

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>В. В. Гоян, О. Я. Гоян</i> ТЕЛЕРАДІОМОВЛЕННЯ ОНЛАЙН І ОФЛАЙН: ДІАЛЕКТИКА ТЕХНОЛОГІЙ .....	38
<i>М. О. Кіца, І. М. Мудра</i> МАТЕРІАЛИ ЗМІ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ У ВОЄННИЙ ЧАС .....	46
<i>В. І. Коробко</i> АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЖАНРОВОГО РОЗПОДІЛУ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПРОДУКТУ .....	51
<i>А. М. Трегуб</i> ОБРАЗ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ВЕДУЧОГО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ЕКСПЕРТНИХ ПРОГРАМ.....	56

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>А. О. Бессараб, Н. В. Дерев'янка</i> ВИДАВНИЧІ СТАНДАРТИ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКЕ ВИРІШЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ АБЕТКИ .....	61
<i>О. В. Назаренко</i> ЯКІСТЬ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТУ КУЛІНАРНОГО САЙТУ (НА ПРИКЛАДІ РЕСУРСУ <a href="http://cookery.com.ua">http://cookery.com.ua</a> ).....	69
<i>Н. В. Романюк</i> ПРОБЛЕМИ КОРЕКТОРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ ЩОДЕННОЇ ГАЗЕТИ «ЗАПОРІЗЬКА СІЧ» .....	75

### ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>Г. О. Бандровський</i> «СПІРАЛЬ МОВЧАННЯ» ЕЛІЗАБЕТ НОЕЛЬ-НОЙМАНН ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	80
<i>І. С. Бондаренко</i> СУЧАСНІ ФІЛОСОФСЬКІ КОНЦЕПЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ В КОНТЕКСТІ ЦИВІЛІЗАЦІЙНОЇ ДИНАМІКИ .....	86
<i>В. М. Дрешпак, Н. В. Бабаченко</i> КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ СЛУЖБ ЗІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ МІСТ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА.....	94
<i>А. М. Немеш</i> ВЗАЄМОДІЯ МІЖНАРОДНИХ СТРУКТУР І НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ІЗ ГРОМАДСЬКИМ СУСПІЛЬСТВОМ УКРАЇНИ В СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ.....	103
<i>Н. Д. Санакоєва, М. П. Закарлюка</i> КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЙНОСТІ ЗАСОБАМИ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ (НА ПРИКЛАДІ НОВОРІЧНИХ ПРОМОВ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ 2014–2017 РР.) ....	109
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ .....	113