

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>Н. І. ЗИКУН, А. О. БЕССАРАБ, Л. Г. ПОНОМАРЕНКО</i> НАРАТИВ ЯК КОНТЕНТНА ОСНОВА МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ .....	4
<i>О. Г. МАКАРЧУК</i> ПОЛІТИЧНИЙ ПАРАЛЕЛІЗМ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ .....	12
<i>Л. М. РИЖЕНКО</i> ДИСКУРСИВНІ КОНСТРУКЦІЇ КОНТЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ ПРО НАЦІЮ ТА ЇЇ ВОРОГІВ .....	21
<i>Т. КНІТРОВА</i> «DECENTRALIZATION OF HISTORY» AS A COUNTER-DISCOURSE OF «DECOMMUNIZATION» IN MODERN INFORMATION SPACE OF UKRAINE .....	28

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>С. В. БЕЗЧОТНИКОВА, Ю. В. РАЛЮК</i> СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕХОДУ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ ДОНЕЧЧИНИ В МЕРЕЖУ .....	34
<i>В. В. КОЛКУТІНА</i> КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДМИТРА ДОНЦОВА .....	42
<i>П. В. МІРОШНИЧЕНКО</i> ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ЛІТЕРАТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ МОЛОДДЮ .....	48
<i>І. М. МУДРА, М. О. КІЦА</i> ІСТОРІЯ ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ .....	56
<i>І. М. ЦИПЕРДЮК</i> ХРИСТІЯНСЬКА МІСІЯ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ: 80 РОКІВ УКРАЇНСЬКІЙ РЕДАКЦІЇ РАДІО «ВАТИКАН» .....	61
<i>О. М. ЯТЧУК, Н. О. КОДАЦЬКА</i> ТЕЛЕВІЗІЙНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА .....	68

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>Г. В. МИКИТІВ</i> ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧИТАЧІВ ЗАСОБАМИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В ДІТЯЧИХ ЖУРНАЛАХ .....	74
<i>Н. МΥΚΟΛΑΙΕΝΚΟ</i> PROFESSIONAL CULTURE OF FUTURE EDITORS: ASPECTS, PRINCIPLES, MODEL FORMATION .....	81
<i>К. Л. СІЗОВА, Н. М. АЛЕКСЕЄНКО, В. В. ХМІЛЬ-ЧУПРИНА</i> ВЛАСТИВОСТІ БУКТРЕЙЛЕРА: УКРАЇНСЬКИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД .....	85

### ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>А. Д. БАРАНЕЦЬКА</i> ІНТЕГРОВАНІ КОМУНІКАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕКЛАМИ .....	90
<i>В. В. БЕРЕЗЕНКО, Н. Д. САНАКОЄВА, Т. О. ІВАНЕЦЬ</i> ПОЗИЦІОНУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ ЗАСОБАМИ PR .....	95
<i>І. С. БОНДАРЕНКО</i> ПРОЄКТ «НОВА ЛЮДИНА» В УКРАЇНСЬКІЙ ІСТОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ: КОМУНІКАЦІЙНІ ВИМІРИ .....	101
<i>В. М. ДРЕШПАК</i> ПОВІДОМЛЕННЯ ПРЕССЛУЖБ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНЯ: СТРУКТУРА ТА СТИЛІСТИКА .....	107

<i>В. А. КОВПАК, Н. О. ТРОЦЕНКО</i> ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАТИВНОЇ РЕКЛАМИ: ФОРМИ, ТРЕНДИ (НА ПРИКЛАДІ НАТИВНОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK ЩОДО БРЕНДА ФАКУЛЬТЕТУ ЖУРНАЛІСТИКИ ЗНУ) .....	113
<i>А. А. КОНДРИКО, А. В. ДРАЧОВА</i> НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ МЕДІАІНДУСТРІЇ: МОЖЛИВОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ .....	122
<i>Ю. П. ЩЕГЕЛЬСЬКА</i> СИСТЕМИ ЗАХОПЛЕННЯ РУХУ В ДОДАНІЙ РЕАЛЬНОСТІ: РІЗНОВИДИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ПРАКТИЦІ ПРОМОЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ .....	128

## **МОВА МЕДІА**

<i>З. В. ГАЛАДЖУН</i> МОВА ДРУКОВАНИХ ЗМІ УКРАЇНИ (У РОЗРІЗІ УКРАЇНСЬКА/РОСІЙСЬКА МОВИ ВИДАННЯ) .....	134
---	-----

## **СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ**

<i>Я. В. ЗОСЬКА, А. А. СОГОРІН, С. В. БЕЛЬКОВА</i> РЕКЛАМА У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	141
--	-----