

СОДЕРЖАНИЕ

1. МИР МЕДИА: КОГНИТИВНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРАДИГМЫ

<i>Г.М. Соловьев</i> ПРИЕМЫ ТВОРЧЕСКОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ АВТОРА В СОВРЕМЕННОМ ТЕЛЕРЕПОРТАЖЕ	5
<i>Р.И. Мальцева</i> КРЕОЛИЗОВАННЫЕ ТЕКСТОВЫЕ СТРУКТУРЫ: НЕКЛАССИЧЕСКАЯ РАЦИОНАЛЬНОСТЬ ...	9
<i>Р.И. Мальцева</i> ЯЗЫКОВАЯ СИТУАЦИЯ В ГЕРМАНИИ	14
<i>Р.И. Мальцева</i> БОЛГАРСКОЕ НАРОДНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ. ТРУДНОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ	17
<i>М.М. Молчанова</i> РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ДЕТСКИХ СЕТЕВЫХ ЖУРНАЛОВ	19
<i>Е.Г. Сомова</i> ФОНЕТИКО-ГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ	21
<i>Е.Г. Сомова, М. Ю. Лебедев</i> КОНГРУЭНТНОСТЬ ИМИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК В.В. ЖИРИНОВСКОГО КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА	25
<i>Е.Г. Сомова, А.С. Селезнева</i> ЭВФРЕМИЗМ КАК РЕЧЕВАЯ МАНИПУЛЯТИВНАЯ ТЕХНИКА В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ	28
<i>С.С. Щербаль</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ПРОПАГАНДЫ И УБЕЖДЕНИЯ. ОБЗОР	30
<i>С.С. Щербаль</i> ФЕНОМЕНЫ КОММУНИКАЦИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ	41

2. ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПРОЦЕСС: ТРАНСФОРМАЦИИ И ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ ТРАДИЦИЙ

<i>О.Н. Мороз</i> ПОЭЗИЯ В «ПЕРВОМ УСТАНОВЛЕНИИ» В КНИГЕ С.С. БОБРОВА «ДРЕВНЯЯ НОЧЬ ВСЕЛЕННОЙ, ИЛИ СТРАНСТВУЮЩИЙ СЛЕПЕЦ»	47
<i>О.Н. Мороз</i> «ПОЭМА» А.Н. ЧИЧЕРИНА КАК МЕТАТЕКСТ ПОЭЗИИ А.Т. ТВАРДОВСКОГО	62
<i>Ю.М. Павлов</i> ТАЙНЫЕ И ЯВНЫЕ МИЛОСТИ ЖИЗНИ	78
<i>М.С. Синкевич</i> ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СВЕТЕ НАСЛЕДИЯ Ю.И. СЕЛЕЗНЕВА	87

3. СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ МЕДИАСРЕДЫ

<i>Р.И. Мальцева, М. Вельяминова</i> ЖАНР ПОЛИТИЧЕСКОГО ТОК-ШОУ: ПРИЁМЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ В. СОЛОВЬЁВА «ПОЕДИНОК»	91
<i>Р.И. Мальцева, С. Гадагатель</i> СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ	93
<i>А.А. Дедух</i> РЕКЛАМНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»	97
<i>В.Елохина</i> ПРОБЛЕМЫ АКСИОЛОГИИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	101
<i>С.Карцева</i> ФОРМАТНАЯ ПОЛИТИКА СОВРЕМЕННЫХ РАДИОСТАНЦИЙ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МУЗЫКАЛЬНОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННОЙ СРЕДЕ	101
<i>В. Михеева</i> ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА В ЭКСТРЕМАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ	103
<i>В. Михеева</i> ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПЕРИОДИКИ	105
<i>М.М. Молчанова, О.В. Андронникова</i> РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ В ПРИОБЩЕНИИ ИХ К ОБЩЕКУЛЬТУРНЫМ ЦЕННОСТЯМ	107
<i>С. Панченков</i> COMPANY OF HEROES -2, ИЛИ ВИДЕОИГРЫ КАК ИНФОРМАЦИОННОЕ ОРУЖИЕ	108
<i>Пушкарева О.В., Суворова Т.В.</i> ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПУТЬ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО	119
<i>Н.А. Спичка</i> ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	122
<i>И.С. Сухнев</i> ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ В СПОРТИВНОЙ СФЕРЕ	124
<i>Ю.В.Улицкая</i> СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ» КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ	126
<i>А. В. Хорешко</i> «EVENT-МАРКЕТИНГ» КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ	129
КОЛЛЕКТИВ АВТОРОВ	132