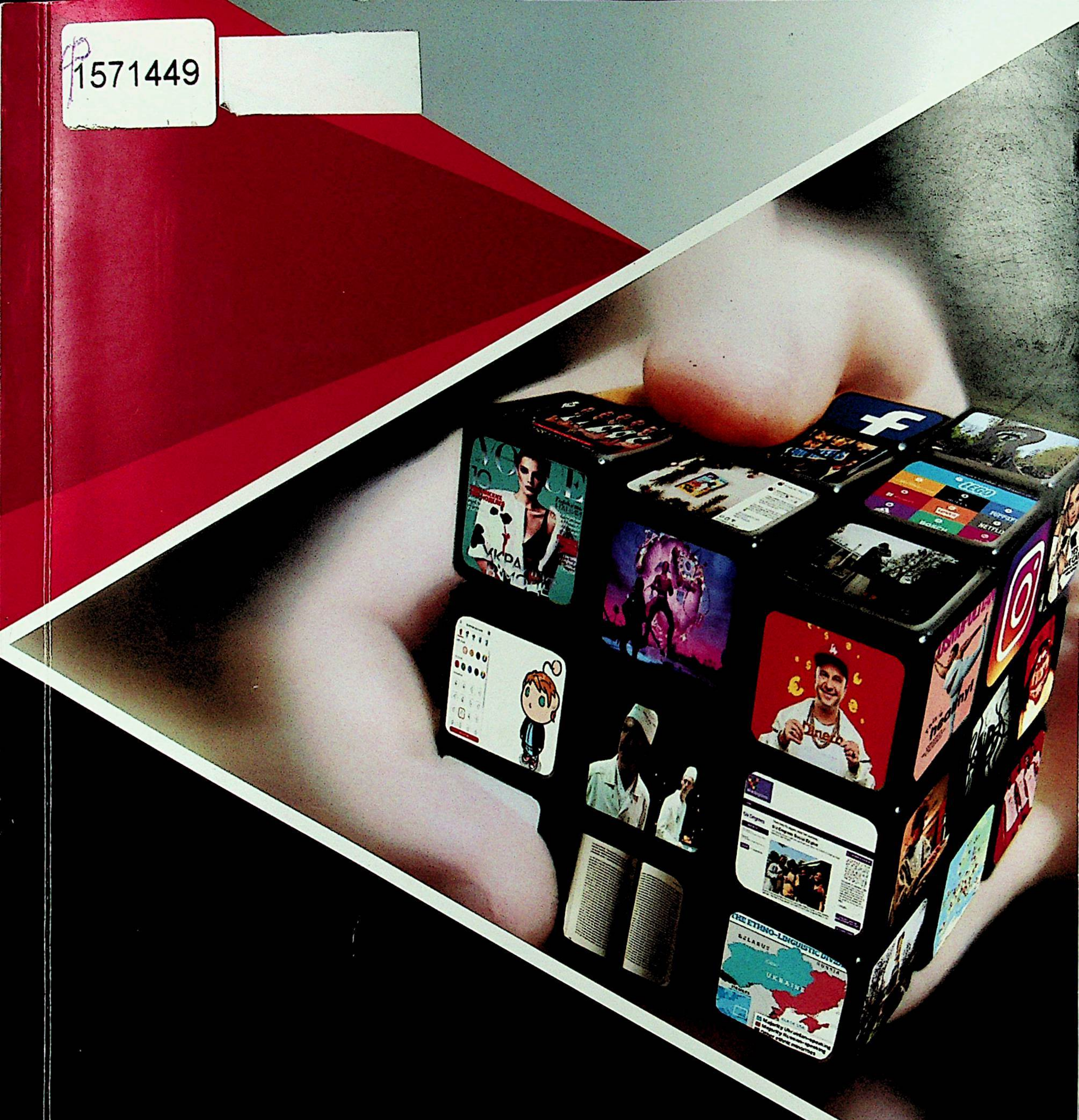


1571449



МЕДІАСФЕРА:

ЛОКАЛЬНЕ
ТА ГЛОБАЛЬНЕ

У колективній монографії представлено тренди розвитку медіасфери у глобальному та локальному вимірах. Розкрито низку прикладних соціально-комунікаційних технологій, що є ефективними для сучасних медіаринків. Проаналізовано новітні медіаформати та процес книжкової промоції.

Монографія може представляти інтерес для студентів, що опановують спеціальність «Журналістика», профільних викладачів, медіапрактиків та усіх, хто цікавиться розвитком соціальних комунікацій.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ I:	МЕДІАТРЕНДИ	5
1	Бутиріна Марія, Темченко Лілія Пост-Чорнобиль: шляхи медіатизації та травматизації	6
2	Гаркавенко Юлія «Стереотип перехідного періоду»: Україна в політичному дискурсі європейських ЗМІ	21
3	Гудошник Оксана Медіатизація усної історії: нові формати та платформи	30
4	Демченко Максим Світові тренди й особливості сучасної української маркетингової комунікації сегмента FMCG	46
5	Кирилова Оксана, Чорнобильський Антон «Соціальна мережа» як метафеномен: досвід функціонування онлайнної платформи <i>Reddit</i>	60

РОЗДІЛ II:	МЕДІАФОРМАТИ	88
6	Гусєв Андрій Кіберспорт як інструмент брендингу	89
7	Демченко Володимир Тревел-журналістика як дзеркало «глобального телевізійного села» (до проблеми історико-комунікативних трансформацій)	102
РОЗДІЛ III:	МЕДІАРИНКИ	119
8	Куценко Людмила, Терханова Олена Особливості «редакційної політики» глянцевих журналів	120
9	Хотюн Людмила Книжкові промоції: генеза та сучасність	134
РОЗДІЛ IV:	МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ	153
10	Блинова Неля Нові аспекти редакторського фаху: специфіка роботи літредактора в агенції інтернет-маркетингу	154
11	Гусєва Олена Реклама. Домінування матеріального над духовним?	176
12	Іванова Світлана Алгоритм розробки рекламного послання	188
13	Мироненко Владлена Роль комунікаційних технологій у побудові успішного бренду	198
	ПРО АВТОРІВ	212