

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА.....	3
<i>Иванищева О.Н.</i> Что происходит с современным медиапространством?	3
<i>Рычкова Т.А.</i> Тенденции развития мурманской прессы.....	8
<i>Третьякова О.В.</i> Шагреновая кожа региональной журналистики.....	15
<i>Макарова А.О.</i> Моделирование российских федерально-региональных изданий в контексте глобального развития СМИ.....	23
<i>Шатецкая В.А.</i> Миссии средств массовой информации.....	29
<i>Шатецкая В.А.</i> Концепции средств массовой информации.....	34
<i>Мхитарян Л.Г.</i> Технология создания лонгрида.....	43
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ СМИ.....	49
<i>Мельникова Ю.А.</i> Функции советской периодической печати (на материале газеты «Полярная Правда»).....	49
<i>Михайленко Н.А.</i> Специфика частных СМИ.....	56
<i>Соловьева В.И.</i> Специфика и история развития научной журналистики.....	61
ПРОБЛЕМАТИКА СМИ.....	64
<i>Ефимова А.А.</i> Освещение этнической тематики на государственном региональном телевидении на примере ГТРК «МУРМАН».....	64
<i>Жданова И.И.</i> Концепт «толерантность» в региональной прессе Мурманской области.....	70
<i>Анашкина О.В.</i> Кино в Полярном.....	84
<i>Кондратьев А.С.</i> Проблема взаимосвязи СМИ и культуры: тенденции и современность.....	96
<i>Хугаева Т.А.</i> Экспрессивно-содержательная составляющая информационного ресурса «СЕВЕРПОСТ».....	100
<i>Тырышкина А.В.</i> Бренд и имидж: соотношение понятий.....	106

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА	109
<i>Зайцева Л.В.</i> Российско-турецкий конфликт: специфика освещения отечественной прессой.....	109
<i>Карицкая Л.Ю.</i> Политическая журналистика и выборы в представлениях жителей Мурманской области.....	115
<i>Никифорова Н.А.</i> Влияние СМИ как политического коммуникатора на формирование образа государства (на примере освещения одного события лояльными, государственными и оппозиционными СМИ России).....	119
<i>Салимов Д.М.</i> Роль прессы в демократизации постсоветского Таджикистана.....	136
<i>Сарсакова М.А.</i> Медиакратия как форма политической реальности.....	141
<i>Гладышевская Е.А.</i> Определение доли манипулятивных материалов в новостном контенте телеканала «АРКТИК-ТВ».....	147
АУДИТОРИЯ СМИ, ПАРТИЦИПАРНОСТЬ	159
<i>Королькова А.О.</i> Принцип партиципарности в деятельности печатных СМИ.....	159
<i>Королькова А.О.</i> Формы информационного участия аудитории в деятельности печатных СМИ.....	164
<i>Феофанова О.А.</i> Технологии общения с аудиторией современных СМИ.....	170
МЕНЕДЖМЕНТ СМИ	178
<i>Лаврова А.В.</i> Мотивация работников медиапредприятия как объект менеджмента (на примере газеты «Полярная правда»).....	178
<i>Лебедева А.А.</i> Особенности подготовки рекламных материалов в деятельности журналиста.....	185
<i>Смурова Е.С.</i> Главный редактор как субъект медиапроцесса (на примере газеты «Полярная правда»).....	190
<i>Шумина Е.М.</i> Рыночное позиционирование медиапредприятия на материале газеты «Полярная правда».....	199
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ОТРАЖЕНИИ СМИ	210
<i>Василенко И.А.</i> Спорт как социокультурный феномен.....	210