

Реклама
современный мир

ТВЕРЬ 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тверской государственный университет»

РЕКЛАМА И СОВРЕМЕННЫЙ МИР

Материалы IV Международной научной конференции
(Тверь, 20 – 21 мая 2016 г.)

ТВЕРЬ 2016

УДК 659.1(082)

ББК Ч600.6я43

Р 36

Редакционная коллегия:

Доктор филологических наук, профессор

Е.Н. Брызгалова

Кандидат филологических наук, доцент

М.В. Смелова

Р 36 Реклама и современный мир: материалы IV Международной научной конференции / под ред. М.В. Смеловой, Е.Н. Брызгаловой. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2016. – 306 с.

ISBN 978-5-7609-1178-0

На протяжении многих лет в ТвГУ проводятся Международные научные конференции «Реклама и современный мир». В сборнике представлены материалы IV Международной научной конференции, посвященные различным аспектам функционирования и трендам в области рекламы, связей с общественностью, традиционным и новым медиа, проблемам политических коммуникаций.

Издание адресовано студентам, преподавателям, магистрам, аспирантам, специалистам в области рекламы, PR, журналистики, политических коммуникаций.

Статьи публикуются в авторской редакции.

The Volume of ESSAYS presents the materials of the 4th INTERNATIONAL CONFERENCE “ADVERTISING AND MODERN WORLD”, which has for many years been a biannual event in Tver State University. Conference is devoted to different aspects of advertising practice and trends in advertising, PR, traditional and new media and political communication.

This book is aimed at the following target audiences: students, Faculty, Master’s Degree and post-graduate students performing research in the spheres of advertising, public relations, journalism and political communications.

The authors of the papers bear complete responsibility for their texts.

УДК 659.1(082)

ББК Ч600.6я43

ISBN 978-5-7609-1178-0

© Авторы статей, 2016

© Тверской государственный университет, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Тренды интегрированных коммуникаций в России

Волкова Н. В. Промо-сайт как инструмент продвижения печатного издания.....	3
Гнездилова В. В., Рубан Д. А. Особенности продвижения (рекламы) лотос-туров в электронном пространстве.....	7
Колышкина Т. Б. Связность вербального и визуального компонентов рекламного текста на содержательно-языковом уровне.....	11
Костенко Д. К. Особенности рекламы в продвижении туризма в России.....	18
Куранова Т. П. Нарушение базовых принципов коммуникативного кодекса в текстах рекламных сообщений.....	25
Наумова О. Г., Елистратова О. В. Использование возможностей Битрикс 24 в качестве информационно-коммуникационной среды для организации научного взаимодействия.....	33
Ригарович В. А. Классификация печатной рекламы мужской парфюмерии по семиотическим типам.....	39
Смелова М. В. Нативная реклама.....	45
Соловей А. П., Шухно Е. В. Социологические подходы к исследованию рекламы.....	53
Соловьева Е. Ю. Разработка рекламной кампании сети детских салонов «Воображуля» (Тверь).....	61
Шпомер Е. А. Реклама и её потребитель: от агрессии – к толерантности. Анализ ситуации.....	66
Шпомер Ю. А. Реклама и её производитель/распространитель: языковые и коммуникативные особенности. Анализ ситуации.....	76
Юрьева Т. В. Этнический компонент современной рекламы.....	84

Стратегии и технологии PR: тренды 2016

Бакина С. В. Использование этнического фактора в рекламе национального региона (на примере Хакасии).....	89
Бойников А. М. Литературное наследие в контексте имиджевой стратегии тверского региона.....	93
Бушев А. Б. Пиарналистика: Docendo discimus.....	99
Вихрова Е. В. Роль PR-технологий в формировании массового сознания (на материале произведений Е.Г. Водолазкина и В.О. Пелевина).....	107
Губанова Е. В. Социальные сети как инструмент продвижения образовательных услуг.....	113
Любимова А. Д., Ламихов Ю. Б. Социальные сети как инструмент формирования имиджа вуза.....	118

Матвеева Е. Г. Содержание PR-деятельности АО «Лактис» в продвижении молочных продуктов на региональном рынке».....	124
Пекарская И. В. «PR и современная реклама: из тени – к свету»: студенческий проект – проблемы и решения.....	129
Синькевич Г. П. Пиар как стратегическое планирование и тактическое решение поставленных задач.....	139
Токарь О. В. Оценка дизайна упаковки конфет.....	143
Тома Ж. В., Чернецов В. Н., Григорьева О. Д. PR-концепции физической культуры.....	148
Шарапова Е. Ю. Организация международного театрального фестиваля как технология формирования имиджа России.....	152
Шаталов М. А., Мычка С. Ю. Внедрение коммуникативной политики при реализации инновационного маркетинга.....	160

Традиционные и новые медиа. Теория и практика.

Медиатренды

Алексеева И. И. Использование методов эмоционального воздействия на аудиторию в СМИ (на примере «Первого канала»).....	165
Андреева А. В. Интернет-медиа как фактор формирования мировоззрения молодёжи.....	170
Астапенко Е. В. Современная реклама: иерархия носителей.....	175
Бакеева Д. А. Электронные средства массовой коммуникации как феномен повседневности: региональный аспект.....	178
Брызгалова Е. Н., Иванова И. Е. К проблеме жанровой специфики блогерских текстов.....	183
Васильев Е. А. Мифы о рынке SMM в России.....	189
Вашук М. А. К вопросу о жанрах в современной фотожурналистике.....	193
Визинони А. Э. Ваттпад: окончательная стратегия самопубликации?.....	195
Гильманова А. Н. Роль районных газет в системе СМИ Татарстана.....	202
Казанцева И. А. Специфика сайта «Свободная пресса» в информационном пространстве России.....	208
Кудрина И. В. Становление современной региональной рекламы (на примере газеты «Советская Хакасия»).....	216
Лисин М.А. John Doe: «Следующая революция будет цифровой» (на примере документов «Панамского архива»).....	221
Мовсесян М.Р. Социальные сети как система распространения информации, рекламы и позиционирования в современной России.....	231
Мясникова Т.С. Рассказ А.П. Чехова «Ариадна» и литературная традиция.....	237

Урядова А. В., Бунда Н. А. Роль университетского телевидения на Youtube в формировании имиджа вуза.....	242
Цветкова Л. А. Перерождение СМИ: Интернет-журналистика на Олимпе «Четвертой власти».....	246
Чеботарев А. М. Информация и реклама о наведении чистоты на улицах российских городов при Петре I.....	249
Шевченко Е. В. Медиатренды или цифровая эпоха современных СМИ (на материале официального мобильного приложения интернет-версии доминиканской газеты «Ноу»).....	252
Шишкина Н. И. Периодические издания XIX – начала XX вв. как отрасль рекламной деятельности.....	257

Политические коммуникации. Диалог государства и гражданского общества

Волков В.В. Приставки <i>интер-</i> и <i>транс-</i> : лингвокогнитивные эвристики, языковая игра и манипулятивное программирование.....	263
Даркина А. В. Миграция в Европу: кризис политической коммуникации или новое прочтение истории?.....	272
Жидченко А. В. Политическая реклама и избирательная система: практика правового регулирования и трансформация правоприменения.....	278
Фофанова К.В. Моральная паника в системе политической коммуникации.....	282
Шаназарова Е. В., Савельева О.Е. Некоторые проблемы соблюдения взаимных интересов и авторских прав в рекламе.....	288
Шустина И. В. Способы и средства скрытого воздействия на адресата в политической риторике.....	295

Научное издание

Реклама и современный мир

**Материалы IV Международной научной конференции
(Тверь, 20 – 21 мая 2016 г.)**

Отпечатано с авторских оригиналов

Подписано в печать 30.11.2016. Формат 60x84 $\frac{1}{16}$.

Усл. печ. л. 19,125. Тираж 100. Заказ № 512.

**Редакционно-издательское управление
Тверского государственного университета
Адрес: 170100, г. Тверь, Студенческий пер. 12, корпус Б.
Тел. РИУ (4822) 35-60-63.**