

СМИ
В ОНТОЛОГИЧЕСКОМ
И КУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ
СЛАВЯНСКОГО МИРА



ТВЕРЬ 2011

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Тверской государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра журналистики и новейшей русской литературы

СМИ

**В онтологическом и культурном
пространстве славянского мира**

Материалы I Международной
научно-практической конференции
- (19 – 21 мая 2011 г., Тверь)

ТВЕРЬ 2011

Тверской государственный университет



научная библиотека

00292775

Содержание

ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: «НАМ НЕ ДАНО ПРЕДУГАДАТЬ...»

Березин В.М. Отражение в современной телепублицистике гуманитарных ценностей славянского мира	5
Бойников А.М. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций и её роль в развитии региональной литературной критики	16
Брызгалова Е.Н. Публицистика П.П. Потемкина	29
Мисонжников Б.Я. Нарратор в системе текстообразующих компонентов медиапроизведения	37
Пашков А.Ю. А.П. Платонов – литературный критик	48
Полонский А.В. Православное слово в массмедийном пространстве современной России	55

ОБРАЗ РОССИИ: СТЕРЕОТИПЫ ВОСПРИЯТИЯ, ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ

Абрамова Е.С. Метафорическая вербализация концепта «Россия» в массмедийном дискурсе (на материале журнала «Родина» за 2000 – 2011 гг.)	67
Васильева Е.Н. «Карельская правда» как главный печатный орган Карельского национального округа	73
Глушкова В.Г. Этнокультурный фактор в социальной работе на страницах российских масс-медиа	79
Донникова М.С. Публицистика Татьяны Толстой: особенности концептуализации интеллигенции	84
Перси У. В поисках образа России: К. Леви и А. Моравиа	89

ИНТЕРНЕТ–ЖУРНАЛИСТИКА И РЕКЛАМА

Аникаева А.А. Специфика графических невербальных средств коммуникации в современной печатной рекламе	101
Ефременков А.С. К вопросу о роли визуального ряда при исследовании рекламного сообщения в игровом аспекте	105
Ефремова О.А. Роль «рейтинга» в создании утренней телепрограммы	113
Иванова И.Е. «Ударим автопробегом по бездорожью....»	120
Смелова М.В. Специфика рекламного дискурса	127
Соколова Е.Н. Корпоративная пресса: проблемы индивидуализации явления	142

ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВИДЕНИЯ

Андриевская Г.П. Язык описания музыкального текста в российской прессе: становление парадигмы	157
Бойников М.А. Литературная критика в контексте сознания эпохи (на материале публикаций в газете «Пролетарская правда» 1945–1947 гг.)	162
Быкова Т.Н. Федеральный закон «О средствах массовой информации» с точки зрения проблемы ущемления свободы массовой информации в России	174
Быкова Ю.Н. Образ журналиста: проблема восприятия в новейшее время	183
Бычкова М.Б. Периодические издания мини-формата как результат изменения предпочтений современного российского потребителя	189
Говердовская-Привезенцева С.А. Университетское телевидение в свете грядущей цифровизации	198
Зарицкий В.Д. Деятельность духовых оркестров на страницах российского журнала «Музыкальная жизнь»	207
Кокарев А.С. «Старинный спор славян» и общественное телевидение	213
Моисеева Л.А. Некоторые аспекты практической метрологии, применительно к локализации Бортеневской битвы	221
Пономарев Г.Н. Об освещении древними и современными источниками конфликта между Новгородом и Тверью во времена правления князя Тверского и Великого князя Всея Руси Михаила Ярославовича (1314-1316 гг.)	236