

## ВИЙШЛИ ДРУКОМ

**Зернецька О. В. Глобальна комунікація: монографія / Ольга Василівна Зернецька. – К. : Наук. думка, 2017. – 350 с.**

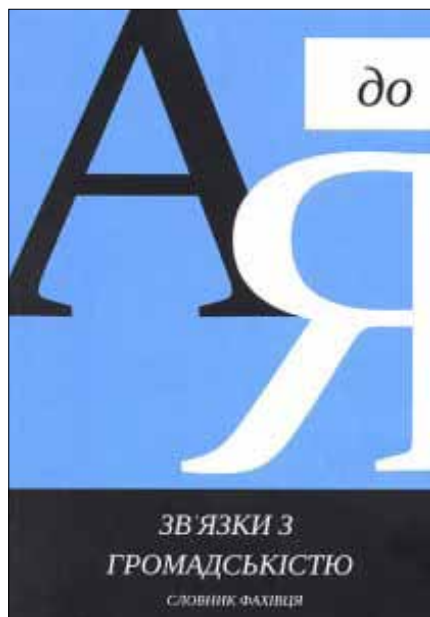


У монографії вперше у вітчизняній історичній та політичних науках комплексно досліджується феномен глобальної комунікації початку ХХІ ст. як визначальний фактор сучасного світового розвитку. В контексті змін у галузі новітніх технологій, стрімкої диджиталізації, розвитку Інтернету, глобальної блогосфери, соціальних медіа, мобільної телефонії тощо висвітлюється роль глобальної комунікації у таких сферах життєдіяльності людства, як культура, політика, економіка та кібербезпека. Визначаються головні актори глобального управління комунікацією; осмислюється експансія медіа-корпорацій глобального і регіонального масштабу; розроблена типологія глобальної медіакратії. Аналізуються стан і тенденції розвитку медіа та інформаційно-комунікаційних технологій в Україні та надаються пропозиції щодо їх удосконалення.

Для науковців, політиків, спеціалістів зі зв'язків із громадськістю, працівників медіа-сфери, студентів і аспірантів.

Автор монографії у післямові зазначає: «Історія останнього півстоліття свідчить про те, що комунікація, засоби комунікації є важливим чинником розвитку економіки, політики, міжнародних відносин, культури, безпеки глобалізованого світу. Все вказує на те, що комунікація в різних її проявах і масштабах – від міжперсональної до глобальної – буде й надалі рушійною силою розвитку історії ХХІ ст.».

**Зв'язки з громадськістю : словник / Л. О. Кочубей, К. К. Гаврилюк, Е. В. Берендєєва, П. О. Новіка, О. М. Заєць ; за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. М. М. Поплавського ; М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2017. – 77 с.**



Важливе довідкове видання для понятійно-категоріального осмислення та для практичної роботи у галузі PR і реклами. Словник спрямований на узагальнення та тлумачення специфічної професійної лексики фахівця з PR. У виданні розглянуті основні засади, методи, технології та інструментарій зв'язків із громадськістю.

Автори стверджують, що їхня мета – створення єдиного фахового джерела для майбутньої генерації, щоб уникнути проблеми студентів попередніх років: «велика кількість тлумачень англійською, а українською знайти щось дуже складно». Під однією обкладинкою зібрано терміни з рекламного, політичного, медійного, маркетингового, видавничого та навіть ІТ лексикону.

Бикова О. М. Репортаж: історія, теорія, практика : навч. посіб. / О. М. Бикова ; М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2017. – 244 с.

У посібнику розкрито концептуально-теоретичні засади функціонування репортажу як жанру сучасної журналістики, розглянуто історію його зародження і поширення в Україні та світі, жанрові специфіку репортажу в різних засобах масової інформації, різновиди, особливості роботи репортера в медіа.

Падалка С. В очікуванні копірайтера / Стаська Падалка. – К. : Rabulum, 2017. – 160 с.



Стаська Падалка – копірайтер креативного агентства «Arriba!», лектор у Школі реклами і дизайну «Багаж» та багатьох інших платформах, координатор LITOSVITA в Харкові. До успіху йшла через ін'яз, журналістику та піар. Зупинилась, знайшовши копірайтинг. Коли освоїлася, створила авторський курс, їздить із лекціями по країні.

У характеристиках книги вказується, що автор відчайдушно намагається переосмислити копірайтинг як точку перетину дисциплін: маркетингу, філології та літератури. На крики розпачу збігаються персонажі. Разом вони очікують того самого Копірайтера і водночас вправляються в письменницькій майстерності, розбираються в мотивах споживання, виділяють ознаки хорошого тексту, створюють нейми і слогани.

Після кожного розділу на зелених сторінках винесені найважливіші терміни, які треба запам'ятати.

Книжка «В очікуванні копірайтера» буде корисна потенційним і практикуючим копірайтерам, неймерам, райтерам, SMM-щикам і всім, хто обрав текст способом заробітку. Або поневолення світу.