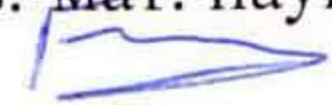


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Инв. № 10/2017

УТВЕРЖДЕНО
на заседании НТС
«ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»
(протокол № 7 от 16.11.2017 г.)
Председатель НТС
д-р физ.-мат. наук, профессор

С.В. Белим

**ОТЧЕТ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЛАБОРАТОРИИ НОВЫХ МЕДИА
ЗА 2014-2017 ГОДЫ**

ОМСК-2017

Лаборатория «Новые медиа» создана на факультете филологии и медиакоммуникаций в 2014 г.

Основными целями создания Лаборатории новых медиа (далее - Лаборатории) является организация и проведение научно-исследовательской, экспертной, консультативной деятельности по изучению российских новых медиа (интернет-СМИ, блогосферы, социальных сетей и др.), анализ использования новых медиа в рекламной, маркетинговой и PR-практике, исследование специфики корпоративных, государственных, общественных интернет-медиа на территории Омской области и России в целом.

В составе Лаборатории работают 2 профессора, 5 доцентов, 5 аспирантов факультета филологии и медиакоммуникаций. К работе по проблематике Лаборатории привлекаются студенты – бакалавры и магистры (в рамках их научно-исследовательской деятельности и подготовки ВКР).

Деятельность Лаборатории осуществляется на основе ежегодного плана по следующим направлениям:

- 1) проведение исследований по проблематике новых медиа;
- 2) подача заявок на гранты и работа по поддержанным проектам;
- 3) публикация результатов исследований в монографиях и рецензируемых изданиях;
- 4) презентация результатов исследований на международных и всероссийских научных конференциях;
- 5) организация и проведение научных конференций и семинаров на базе Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского;
- 6) подготовка аспирантов и докторантов по проблематике исследований Лаборатории.

В результате исследовательской деятельности научного коллектива Лаборатории в 2014-2017 гг. получены следующие содержательные результаты:

- был осуществлен сбор материала по основным направлениям исследовательской деятельности, в результате чего в научный оборот введен корпус текстов современных медиа (блогов, форумов и т.д.), отражающих специфику социального взаимодействия в российском интернет-пространстве;
- апробирована методология исследования различных форм и жанров интернет-коммуникации;
- проведено социолингвистическое исследование коммуникативных и прагматических параметров общения в Интернете (анкетирование и анализ данных);
- изучена коммуникативная и жанровая специфика новых медиа (технологии блоггинга, стратегии провокационного и эпатажного поведения; статусно-ролевое поведение и ролевые маски; жанровое своеобразие коммуникации в блогах и социальных сетях);
- новые медиа рассмотрены как инструмент рекламы и PR (социальные медиа рассмотрены как диалоговая форма коммуникации при

позиционировании и продвижении товаров/услуг в отличие от монологической рекламной коммуникации посредством традиционных СМИ);

– изучена новостная журналистика в новых медиа;

– проанализированы языковые особенности новых медиа, в том числе специфика веб-медиа-текста как гипертекстового феномена

– по результатам исследовательской деятельности сделано более 30 докладов на международных научных конференциях;

– результаты работы по проекту нашли отражение в научных публикациях коллектива: научных статьях в рецензируемых изданиях (более 100 статей, в т.ч. 9 в изданиях, входящих в наукометрические базы Скопус и WOS) и 4 научных монографиях, посвященных дискурсивным практикам в новых медиа.

Результатом деятельности лаборатории за прошедший период являются следующие показатели.

1. Подано заявок на гранты – 20. Получено 6 грантов:

РГНФ (основной конкурс 2014–2016 гг., руководитель Иссерс О.С.). Объем финансирования – 1113000 руб.

РГНФ (региональный конкурс 2015 г., руководитель Терских М.В.). Объем финансирования – 350000 руб.

РГНФ (региональный конкурс 2016 г., руководитель Терских М.В.). Объем финансирования – 400000 руб.

РГНФ (региональный конкурс 2017–2018 г., руководитель Терских М.В.). Объем финансирования – 400000 руб.

ЦП «Русский язык» Минобразования РФ (2016–2017 гг., руководитель Малышева Е.Г.). Объем финансирования – 3700000 руб.

РГНФ (конкурс на проведение мероприятий 2017 г., руководитель Иссерс О.С.) – 300 000 руб.

Итого по программам грантовой поддержки из научных фондов получено 6 263000 руб.

2. Публикационная активность

Опубликовано более 100 научных и учебно-методических работ, из них 9 – в изданиях, входящих в базы Scopus WoS, 22 – в изданиях, входящие в список ВАК. Издано 3 монографии, 1 сдана в печать (см. Приложение 1).

3. Участие в научных конференциях: прочитано более 30 докладов на международных конгрессах, симпозиумах и научных конференциях.

4. Организация и проведение научных конференций, научных школ:

2014 г. Международная научная конференция «Новые медиа в современной России» (Омск, 25–30.09.14)

2015 г. Международная научная конференция «Речевая коммуникация в современной России» (28.09.15-10.10.15)

2015 г. Научная школа по коммуникативной лингвистике (26.09.15 – 1.10.15)

2017 г. Международная научная конференция «Речевая коммуникация в современной России» (27.09.17–30.09.17)

2017 г. Научная школа по коммуникативной лингвистике (25.09.17–30.09.17)

5. Подготовлено и защищено кандидатских диссертаций:

2 (А.П. Атягина, А.С. Герасимова). Руководитель – О.С. Иссерс.

Представлено к защите – 1 (Ю.А. Мельник). Руководитель – О.С. Иссерс.

6. Экспертная деятельность: выполнено 5 лингвистических экспертиз медийных текстов на договорной основе; осуществлено более 20 консультаций по конфликтогенным медийным текстам по СМИ Омской области по заказам прокуратуры и др. государственных органов.

7. Освещение деятельности лаборатории в СМИ: проекты и конференции лаборатории регулярно освещаются в региональных и федеральных СМИ. Видео- и радионные программы проекта «Лица современной русистики» доступны на сайте Института русского языка им. А.С. Пушкина www.modrus.pushkininstitute.ru/

Задачи и перспективы развития лаборатории

При поддержке деятельности Лаборатории научными фондами и /или из средств ЦСД в 2018 г. планируется издание монографии, публикация статей в журналах WOS и SCOPUS (не менее 3), продолжение проекта «Лица современной русистики», реализация проекта «Научные школы современной русистики».

В число первоочередных задач входит реализация Программы развития журнала «Коммуникативные исследования» для включения его в международные наукометрические базы.

В 2018 г. планируется подача заявок на международные гранты на основе сотрудничества с зарубежными университетами.

Зав. лабораторией, профессор

О.С. Иссерс

- Материалы конференции. Часть 1. М.: Факультет журналистики МГУ, 2014. С.155–162.
28. Малышева Е.Г. Концептуальные доминанты медиаобраза Омской области // Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве: Сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2014. С. 154–156.
29. Малышева Е.Г. Жанровая, тематическая и прагмастилистическая специфика современного развлекательного радиодискурса (на материале текстов радиопрограммы «Бригада У» радиостанции «Еигора+») // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ. 1-4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. Белгород: КОНСТАНТА, 2014. С. 75–82.
30. Малышева Е.Г. Медиаконцепт ОМСК в региональных СМИ: специфика когнитивной структуры // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы Междунар.науч.конф. (Екатеринбург, 26-28.08.2014) / гл. ред. А.П. Чудинов; ФГБОУ ВПО «Урал. Гос. Пед. Ун-т». Екатеринбург, 2014. С.158–163.
31. Ромашова И.П. Медийный субдискурс отечественных корпораций // Омский научный вестник. Омск, 2015. № 3. С. 80–84.
32. Ромашова И.П. К определению термина «корпоративный дискурс» в современной лингвистике // Омский научный вестник. Омск, 2015. № 2. С. 42–46.
33. Ромашова И.П. Развитие представлений о динамике дискурса в современной лингвистике // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2015. № 10. С. 104–113.
34. Ромашова И.П. Лингвистический анализ бренд-коммуникации [Электронный ресурс] // Научный диалог. Вып. 6. 2016. С. 80–93. // URL://<http://www.nauka-dialog.ru/>
35. Ромашова И.П., Кукина А.А. Новые дискурсивные практики отечественных корпораций: прагмастилистический анализ текстов твиттер-аккаунтов коммерческих компаний // Вестник Северо-Осетинского государственного университета. Владикавказ, 2014. № 3. С. 231–236.
36. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. № 4(10). 2016. С. 39–47
37. Носовец С.Г., Сахаров Е.Д. СМИ в социальной сети ВКонтакте: от конвергенции к дивергенции // Молодежь третьего тысячелетия. Омск, 2016. С. 616–618.
38. Никитина Е.А. К вопросу о прикладных аспектах языкознания: дискурс-анализ имиджа промышленных предприятий. Электронное издание //Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: Материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13-20 сентября 2015 года / Ред.кол. Л.А.Вербицкая, К.А. Рогова и др. В 15 т. Спб.: МАПРЯЛ, 2015.

39. Никитина Е.А., Сушненкова И.А. О коммуникативной стратегии промышленного предприятия // Коммуникативные исследования. Омск, 2014. № 2. С. 149–158.
40. Шкайдерова Т.В., Кобзеева О.В. Категоризация медиального пространства: виртуальная модель. Academicscience – problems and achievements VII: Proceedings of the Conference. North Charleston, 19-20.10.2015, Vol. 1. North Charleston, SC, USA: CreateSpace, 2015.
41. Шкайдерова Т.В. Сетевая кинорецензия: оценочный компонент // Язык науки и техники в современном мире. Омск, 2014. С. 298–301
42. Тривер А.В., Шкайдерова Т.В. Специфика содержательно-графической модели российских таблоидных газет «Жизнь» и «Зажигай!» // Вестник Омского государственного университета. Омск, 2015. № 1. С. 241–243.
43. Терских М.В., Бубенко Ю.В. Концептосфера российского рекламного туристического дискурса // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. Тамбов, 2015. № 2(10). С. 36–57
44. Терских М.В., Струкчинская М.Е. Специальные мероприятия как инструмент формирования имиджа территории (на примере г. Омска) // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. Тамбов, 2015. № 2(10). С. 36–57.
45. Терских М.В., Бубенко Ю.В. Концептосфера туристического дискурса (на материале российских и испанских рекламных текстов) // Человек в мире культуры: региональные культурологические исследования. № 3. 2015. С. 60–72.
46. Терских М.В. Апелляция к юмору vs апелляция к страху в дискурсе социальных ценностей // Лингвокультурология. № 9. 2015. С. 231–256.
47. Терских М.В., Колченко О.С. Позиционирование и продвижение продуктов питания: концептосфера и способы вербализации (ATL- и BTL-коммуникация) // Лингвокультурология. № 9. 2015. С. 256–273
48. Терских М.В., Зайцева О.А. Приемы воздействия в социальной рекламе // Коммуникативные исследования. № 3(5). 2015. С. 96–115.
49. Терских М.В., Павчун М.Г. Специфика метафоризации в современном рекламном дискурсе: визуальный компонент // Лингвокультурология. № 8. 2014. С. 164–167.
50. Терских М.В. Имажитивная реклама: измерение эмоционального воздействия (на примере рекламы парфюмерной продукции) // Лингвокультурология. № 8. 2014. С. 159-163.
51. Ромашова И.П., Кукина А.А. Стратегии и тактики копирайтинга в твиттерах коммерческих компаний // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 170–175.
52. Кириллова Л.В., Малышева Е.Г. Содержательное и жанровое своеобразие программ радиостанции «Радио Сибирь» // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 220–227.
53. Ромашова И.П. Использование корпоративным дискурсом коммуникативных практик новых медиа // Вестник Омского государственного университета. Омск, 2014. № 3. С. 198–202.

54. Иссерс О.С. «Поп-культура» русской речи: к постановке проблемы // Коммуникативные исследования. Омск, 2015. № 4. С. 6–20.
55. Носовец С.Г., Гулько А.В. Специфика гипертекстуальности в гендерно-ориентированных интернет-изданиях // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 275–280.
56. Иссерс О.С. Пресс-слово года как зеркало политической коммуникации // Коммуникативные стратегии преобразования человека. Санкт-Петербург, 2014. С. 35–36.
57. Никитина Е.А. прикладные аспекты лингвистических исследований: дискурс-анализ имиджа промышленных предприятий // Вестник СурГПУ. Сургут, 2014. № 6. С. 134–145.
58. Ромашова И.П., Рейт Ю. А. Жанр «история компании» как средство PR-позиционирования // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 175–180.
59. Носовец С.Г., Радченко Т.В. Лингвопрагматическая специфика баннерной интернет-рекламы // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 281–284.
60. Малышева Е.Г., Иссерс О.С. Научно-практический семинар «Медиалингвистика: проблемы и перспективы (23-24 апреля 2015, СПбГУ, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций) // Коммуникативные исследования. Омск, 2015. № 1. С. 135–139.
61. Терских М.В., Мирошник М.В. Эффективность инструментов WOM-маркетинга: восприятие потребителей // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 202–210.
62. Малышева Е.Г., Егошкина В.А. Речевая специфика развлекательного радиодискурса // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 214–220.
63. Шкайдерова Т.В. Адаптация кинокритики к новым медиаусловиям // Коммуникативные исследования. Омск, 2014. № 2. С. 141–149.
64. Терских М.В., Некрасова Ю.А. Имиджеобразующий потенциал жанра интернет-отзыва // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 180–188.
65. Иссерс О.С. Отзыв о путешествии как жанр блогосферы: между правдой и фейком // Русский язык сегодня: речевые жанры современного общения. Москва, 2015. № 6. С. 105–110.
66. Иссерс О.С. Феномен медиафейка: от пародии до обмана // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: материалы XIII конгресса МАПРЯЛ. Гранада, 2015. № 13. С. 18–24.
67. Иссерс О.С. Дискурсивные практики нашего времени: «компрессионный синдром» (на примере Твиттер-коммуникации) // Стилистика сегодня и завтра: материалы конференции. М., 2014. Ч. 1. С. 78–85.
68. Никитина Е.А. «Модный» дискурс российской недели моды // Коммуникативные исследования. Омск, 2015. № 3. С. 104–118.
69. Никитина Е.А., Лехмус А.О. Так ли уж моден модный PR? // Гуманитарное издание: Серия «Преемственность». Омск, 2014. № 7. С. 164–171.

70. Ганеева Д.А., Ромашова И.П. PR-инструменты формирования имиджа информационно открытой системы государственной структуры и их жанровая специфика // Диалог поколений-3. Омск, 2014. С. 188–194.
71. Носовец С.Г. Экология социального пространства: журналистика для общества. V Международная научно-практическая конференция «Журналистика в коммуникативной культуре современности»: хроника конференции // Коммуникативные исследования. Омск, 2015. № 2. С. 181–184.
72. Носовец С.Г. СМИ в социальной сети «ВКонтакте»: структурная и содержательная специфика // Коммуникативные исследования. Омск, 2015. № 2. С. 245–255.
73. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. Омск, 2015. № 1. С. 222–225.
74. Иссерс О.С., Малышева Е.Г. Массовая речевая культура по оценкам экспертного сообщества // Русский язык в поликультурном мире: I Международный симпозиум (8-12 июня 2017 г.) / отв. ред. Е.Я.Титаренко: Сб. науч. статей. В 2-х т. Т.1. Симферополь: ИТ «АПИАЛ», 2017. С. 165-171.
75. Иссерс О.С., Малышева Е.Г. «Персонализация научного знания как имиджевый ресурс отечественной науки (на примере медиапроекта «Лица современной русистики»)» // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникация, организация: I Международная научная конференция (24-25 апреля 2017 г., Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого): Сб. материалов конференции. СПб., 2017. С. 78-80.
76. Иссерс О.С., Малышева Е.Г. Формирование навыков креативных решений при обучении медийным технологиям // Москва, 2017. В печати.
77. Малышева Е.Г. Тематическое своеобразие субдискурсов современного спортивного дискурсивного пространства (на материале текстов интернет-СМИ о дзюдо) // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 56-го междунаро. форума (13–14 апреля 2017 г.). 2017. № 2: в 2-х тт. Т.1. СПб.: Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2017. – С.266-267.
78. Малышева Е.Г., Гриднев Н.А. Реконструкция медиаобраза Омска (на материале текстов регионального телевизионного массово-информационного дискурса и данных ресурса «Медиалогия») // Коммуникативные исследования. Омск, 2017.

Учебные пособия

1. Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Методология и методы медиаисследований: учебное пособие для магистрантов. Омск: Изд-во Ом.гос. ун-та, 2017. 132 с.
2. Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Современная орфография и пунктуация русского языка: практический курс: учебное пособие. Изд. 3. М.: Флинта: Наука, 2017. 360 с.
3. Малышева Е.Г., Крылов А.Ю. Постановка речевого голоса. Техника речи: Учебное пособие. Омск: Изд-во Ом.гос.ун-та, 2017. 244 с.

4. Терских М.В. Социальная реклама: учебное пособие для магистрантов.
Омск: Литера, 2015. 244 с.

Заведующий лабораторией новых медиа



О.С. Иссерс

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ПРОБЛЕМАТИКЕ ЛАБОРАТОРИИ

Монографии

1. Новые медиа в России: исследование языка и коммуникативных процессов: коллективная монография/ Отв. Ред. О.С. Иссерс. Омск: Изд-во ОмГУ, 2014. 195 с.
2. Новые медиа в России: исследование языка и коммуникативных процессов–2: коллективная монография. / Отв. Ред. О.С. Иссерс. М.:УРСС, 2017. 280 с. (сдана в печать)
3. Малышева Е.Г. Дискурс российских спортивных СМИ: монография. Омск: изд-во Омск. гос. ун-та, 2015. 219 с.
4. Терских М.В., Маленова Е.Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование. Омск: Литера, 2015. 160 с.

Издания Scopus и WOS

1. Иссерс О.С., Орлова Н.В. Две модели гражданского общества в современных масс-медиа: взгляд лингвиста // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 1 (46). С. 121–127. (Scopus)
2. Иссерс О.С. «Право быть отцом»: лингвокогнитивный анализ стереотипов российского общества о правах и обязанностях отцов // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 3. С. 37–50. (Scopus)
3. Oksana S. Issers, Elena G. Malysheva. Forming Skills To Make Creative Solutions In Teaching Medium Technologies // 2017 International Conference “Education Environment for the Information Age” (EEIA-2017), Moscow, Russia, June 7-8, 2017. doi: dx.doi.org/10.15405/epsbs.2017.08.40. (WOS.)
4. Terskikh M.V. Humor and fear appeals in public service announcements discourse // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 3 (52). С. 155–161. (Scopus)
5. Terskikh M.V. Specific features of the concept “Family” in the advertising and public service announcements discourse // XLinguae. 2017. Т. 10. # 4. С. 106–125 (Scopus).
6. Terskikh M.V. The role of Project Activities in the study of course “Social Advertising” // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. № 214. С. 722–728. (WOS.)
7. Terskikh M.V., Malenova E.D. Metaphorical conceptualization of the concept of Siberia in modern American mass media discourse // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. № 214. С. 1125–1133. (WOS.)
8. Terskikh M.V. Public service announcements and their influence upon system of values of children (research of concept of “Family” formation) // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2016. № 233. С. 133–138. (WOS.)
9. Terskikh M.V., Malenova E.D. Issues of Childhood public service announcements discourse: metaphorical modeling // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2016. № 233. С. 139–143. (WOS.)

Издания, входящие в список ВАК

1. Иссерс О.С., Мельник Ю.А. Социолингвистические проекты «Слово года» как источник сведений о неологической динамике современного русского языка // Роль СМИ в демократизации и креативизации современного русского языка (Круглый стол) / Маркова Е.М., Рацибурская Л.В., Иссерс О.С., Мельник Ю.А., Зайцева И.П., Сипко Й., Радченко М.В. // Вестник Московского государственного областного университета (Электронный журнал). 2017. № 1. URL:<http://vestnik-mgou.ru/Articles/View/799>
<http://dx.doi.org/10.18384/2224-0209-2017-1-799>.
2. Иссерс О.С., Орлова Н.В. Лингвистические корреляты понятия «вовлечение в экстремистскую деятельность» // Политическая лингвистика. 2017. №3. С.25–31.
3. Герасимова А.С., Иссерс О.С. Коммуникативные приемы положительной оценки в телеконкурсах (на материале вокального шоу «Голос») // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2016. №1. С. 29–36.
4. Герасимова А.С., Иссерс О.С. Имидж члена жюри развлекательного телешоу (на материале телепроекта «Голос») // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика, 2016. Т. 20. № 3, С. 161–130.
5. Иссерс О.С. В поисках общего словаря: дискурсивные практики новейшего времени через призму проектов «Слово года» // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2014. № 4. С. 48–53.
6. Иссерс О.С. От серьезного до смешного: игровой потенциал русского слова года // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2015. № 4. С. 25–31.
7. Иссерс О.С. Политическая топонимика 2012: знаки текущего момента // Вестник Омского государственного университета. Омск, 2014. № 1. С. 91–94.
8. Малышева Е.Г., Крамарь И.А. Интердискурсивная природа концепта 'Толерантность', объективированного в журналистском интернет-дискурсе о компьютерных играх // Политическая лингвистика. № 2(62). 2017. С. 98–103.
9. Малышева Е.Г. Лингвокультурная идея 'Патриотизм' сквозь призму русского спортивного дискурса // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2015. С. 40–45.
10. Малышева Е.Г. Формирование концепта 'Олимпиада' (на материале текстов учебного, научного и спортивного журналистского дискурсов) // Известия Смоленского государственного университета. 2016. № 1. С. 99–115.
11. Малышева Е.Г., Крамарь И.А. Концепт 'Игра' как доминанта современного журналистского интернет-дискурса о компьютерных играх: опыт фреймово-полевого моделирования содержательной структуры когнитивного феномена // Известия Смоленского государственного университета. № 4 (40). 2017.
12. Малышева Е.Г. Дискурсивная языковая личность и идиостиль журналиста: методология и методы исследования (на примере анализа текстов омского журналиста Сергея Шкаева) // Политическая лингвистика. № 6 (66). 2017.

13. Малышева Е.Г. Традиционные и новые медиа в современной России // Политическая лингвистика. № 4. Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2014. № 4. С. 324–327.
14. Малышева Е.Г. Концептуальная метонимическая модель 'Спорт – это шоу': особенности репрезентации в русском спортивном дискурсивном пространстве // Политическая лингвистика. № 4. Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2014. № 4. С. 69–75.
15. Терских М.В. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе: маркетинговый потенциал // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2014. № 4. С. 274–283.
16. Терских М.В. Проектная деятельность при изучении курса «Социальная реклама» (магистратура по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») // Педагогическое образование в России. 2014. № 11. С. 138–143.
17. Терских М.В. Дискурс социальных ценностей: структура и базовые дискурсивные практики // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2015. № 4. С. 144–149.
18. Терских М.В. Апелляция к концепту вред в дискурсе социальной рекламы // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2016. № 6. С. 213–222.
19. Терских М.В. Поликодовые инструменты воздействия в текстах социальной рекламы // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 11-2 (53). С. 62–64.
20. Терских М.В. Репрезентация концепта *вред* в социальной рекламе // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 12-2 (54). С. 85–87.
21. Терских М.В. Специфика концепта *семья* в дискурсе социальной рекламы // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 12-2 (54). С. 88–90.
22. Терских М.В. Инструменты интертекстуальности в дискурсе социальной рекламы // Научный диалог. 2017. № 9. С. 69–80.

Статьи в зарубежных изданиях и РИНЦ

1. Issers Oxana. Key Place Names of the Russian Opposition Discourse // Names and Their Environment' Proceedings of the 25th International Congress of Onomastic Sciences (Glasgow, 25-29 August 2014). Volume 1. Edited by Carole Hough and Daria Izdebska. University of Glasgow. Glasgow 2016. С. 196–200. http://www.icos2014.com/wp-content/uploads/icos2014_v1_196.pdf
2. Иссерс О.С. Лингвокогнитивные основания креативных решений в нейминге // Международный конгресс по когнитивной лингвистике (Белгород, 20-22 сентября 2017 года). С. 231–244.
3. Иссерс О.С. Дай Бог не последний! (о вирусной эвфемизации в контексте массовой речевой культуры) // Гротовские чтения: V Международная научная конференция. Институт русского языка РАН. (Москва, 16-

18.02.2017) Издательство: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН (Москва) С.43–44.

4. Иссерс О.С. Спасибо за воспоминания: Вербальные штрихи к ушедшему году // Русистика и современность. 18-я Международная научная конференция. Сборник научных работ. Рига: Балтийская международная академия, 2016. С. 193–200.

5. Иссерс О.С. Обучение речевому маневрированию в курсе РКИ (на примере освоения стратегии эвфемии) // Русский язык в славянском и неславянском мире: лингводидактический аспект. Трнава, 2016. В печати.

6. Вертипрахова Е.О., Иссерс О.С. Просветительский проект «Нескучный русский» как инструмент позиционирования университета // XIX международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных специальностей: Сборник материалов. Ассоциации коммуникационных агентств России; Под общей ред. Евстафьева В. А. Москва, 2015. С. 285–288.

7. Иссерс О.С. Современные дискурсивные практики: между культурой и бескультурьем // X Международная научно-практическая конференция «Русский язык в поликультурном мире» (8-11 июня 2016 г.): Сборник научных статей. Т.1. Симферополь: ИТ «Ариал», 2016. С.322–331.

8. Иссерс О.С. Обучение стратегии эвфемии в курсе РКИ // Международный научный симпозиум Русская грамматика 4D: Сборник тезисов. Москва ИРЯП 13–15.04. 2016. С. 602–605.

http://www.pushkin.institute/simpozium/RusGram_thesises2.pdf

9. Иссерс О.С. Лингвистическая диагностика социальных процессов (на материале дискурса о гражданском обществе) // Русский язык в поликультурном мире. Киев, 2014. С. 59–64.

10. Терских М.В. Специфика концепта *успех* в PR-материалах индустрии моды // Неофилология. 2017. Т. 3. № 1(9). С. 25–34.

11. Терских М.В. Модели визуальной метафоризации в дискурсе социальной рекламы // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сборник статей II Международной научной конференции. Казань, 2016. С. 401–406.

12. Терских М.В. Интерактивные технологии в подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» // Коммуникативные исследования. Омск, 2014. № 1. С. 207–221.

13. Малышева Е.Г. Формирование концепта ‘Олимпиада’ (на материале текстов учебного, научного и спортивного журналистского дискурсов) // Известия Смоленского государственного университета. № 1 (33). 2016. С.99–116.

14. Малышева Е.Г. Спортивный журналистский интернет-дискурс о дзюдо: жанрово-тематическая специфика // Известия Смоленского государственного университета. № 4 (36). 2016. В печати.

15. Малышева Е.Г. Метонимическое моделирование как метод исследования содержательной специфики дискурса (на примере анализа концептуальной метонимической модели ‘СПОРТ – ЭТО ШОУ’ // Стилистика сегодня и

- завтра: материалы IV Международной научной конференции. М.: Факт-журналистики МГУ, 2016. С. 364-368.
16. Малышева Е.Г. Человек в пространстве языка // *Respectus Philologicus*. – Vilnius University Kaunas faculty of Humanities. 2015. № 28 (33). С. 195–199.
17. Малышева Е.Г. Реконструкция когнитивной доминанты спортивного дискурса на основе заголовков текстов СМИ // *Медиалингвистика*. Выпуск 4. Профессиональная речевая коммуникация в масс-медиа: сборник статей. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015. С. 133–136.
18. Малышева Е.Г., Гриднев Н.А. Специфика гибридных жанров в журналистике (на материале публицистических текстов омского журналиста С. Н. Шкаева) // *Коммуникативные исследования*. 2015. № 4. С.111–122.
19. Малышева Е.Г. Черты идиостиля Леонида Парфенова (на материале текстов печатного проекта «Намедни. Наша эра. 1971-1980») // *Медиа в современном мире*. 54-е Петербургские чтения: тезисы Междунар. науч. форума 23-24 апреля 2015 г. / отв. ред. В.В. Васильева. СПб.: Институт «Высш.шк. журн. и масс. комм.» СПбГУ, 2015. Электронный сборник. – Режим доступа: <http://jf.spbu.ru/conference/5385.html>.
20. Малышева Е.Г. Лингвокогнитивный анализ дискурса: базовые понятия, термины, методики и аспекты исследования // *Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты: кол. монография / под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой*. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С.72–81.
21. Малышева Е.Г. Методика речевжанрового анализа публицистического текста // *Филологическая олимпиада в системе гуманитарного образования школьников*. Коллективная монография. Омск: ЛИТЕРА, 2014. С.35–44.
22. Малышева Е.Г. Методика анализа концептуальных доминант дискурса посредством составления и описания формально-функционального тезауруса // *Филологическая олимпиада в системе гуманитарного образования школьников*. Коллективная монография. Омск: ЛИТЕРА, 2014. С.44–58.
23. Малышева Е.Г. Лингвокогнитивный анализ дискурса: понятийно-терминологический аппарат исследования // *Stylistyka XXIII. Dyskurs i styl – Discourse and Style - Opole*, 2014. С. 319–329.
24. Малышева Е.Г. Публицистический «гибридный» текст в региональных печатных СМИ (на материале публикаций С. Шкаева) // *Медиаскоп*. Выпуск № 3. 2014. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1552> (“Hybrid” Journalistic Text in Regional Print Media (a case study of publications by Sergei Shkaev). URL: <http://www.mediascope.ru/node/1552>)
25. Малышева Е.Г. Традиционные и новые медиа в современной России: теория и практика исследования // *Коммуникативные исследования*.. Омск, 2014. № 1. С. 293–299.
26. Малышева Е.Г. «”Город мёртв”»: концентрация негативного в медиаобразе Омска» // *Коммуникативные исследования*. Омск, 2014. № 2. С. 50–59.
27. Малышева Е.Г. Публицистический «гибридный» текст: жанровый и прагмастилистический аспект анализа // *Стилистика сегодня и завтра*.