**РЕГЛАМЕНТ ПОДАЧИ публикациЙ в международнЫЙ журнал «Медиалингвистика»**

Версия от 06.11.2014. Отличие от версий 2013 г.: изменено форматирование заголовочного комплекса (выравнивание по правому краю); добавлены требования к объёму и содержанию статей (п. 1), добавлены ссылки на классификаторы индексов и кодов (п. 3.2), добавлены правила использования кавычек (п. 2.7).

1. **ТРЕБОВАНИЯ К Объёму и содержаНИЮ СТАТЬИ**
	1. Материалы присылаются в электронном варианте в файлах .doc, .docx или .rtf. Название файла: фамилия автора + округлённое до сотен количество знаков, например: *Иванов 22900.docx*.
	2. Максимальный объём принимаемых к публикации статей – 1 п. л. (40000 знаков, включая пробелы). Желательный объём – 30000 знаков.
	3. В тексте должны обязательно присутствовать: (а) постановка проблемы, (б) история вопроса; (в) описание цели, задач, методики исследования, (г) анализ материала, (д) результаты исследования; (е) выводы объёмом не менее 2 абзацев.
	4. В списке литературы должно быть не менее 15 источников.
	5. Необходимыми условиями для публикации статьи являются:
		* актуальность темы;
		* теоретическая и практическая значимость представленных результатов;
		* высокий научный уровень публикации;
		* новизна концепции, оригинальность подхода;
		* структурно-композиционная завершённость текста.

**Внимание!** Все представленные материалы принимаются к рассмотрению и направляются на рецензирование только в случае, если они (а) соответствуют тематике журнала; (б) отвечают критериям научности, новизны и т. д., (в) оформлены в соответствии с теми требованиями, которые действовали на момент подачи материала в редакцию (пожалуйста, следите за обновлениями на сайте). Принимая решение о публикации, редакционная коллегия учитывает мнение рецензента. Представляя материал в редакцию, автор берёт на себя ответственность за достоверность изложенных в статье фактов, точность цитирования и корректность оформления ссылок. Изложенные в рукописи результаты исследования должны быть полностью оригинальными. В случае обнаружения ошибок или неточностей в представленном тексте (до или после публикации), автор должен немедленно уведомить об этом редакцию журнала.

1. **Общие требования к форматированию публикации (ОТНОСЯТСЯ КО ВСЕМУ текстУ, включая ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС и список литературы)**
	1. **Поля:** левое поле 3 см, правое 2 см, верхнее 2 см, нижнее 2 см.
	2. **Шрифт и кегли:** Times New Roman Cyr 14 (основной текст) и Times New Roman Cyr 12 (шапка и список литературы).
	3. **Выравнивание:** по ширине.
	4. **Абзацный отступ:** 1,25 pt.
	5. **Междустрочный интервал:** 1,5 pt.
	6. **Интервал между абзацами**: 0 pt (увеличивать интервал или оставлять между абзацами пустые строки не нужно).
	7. В русскоязычных текстах **кавычки только угловые ( «…» ), кроме двух случаев:**
		* + закавычивание слова, написанного латиницей: “Abcdef”, но «Абвгд»;
			+ кавычки внутри кавычек: «Абвгд абвгд “абвгд” абвгд абвгд».
2. Заголовочный комплекс (ИНДЕКСЫ, сведения об авторАХ, заголовок, аннотации, ключевые слова)
	1. **Форматирование заголовочного комплекса:** 12 кегль, курсив.
	2. В первой строке заголовочного комплекса указываются **индексы УДК**, **ББК и ГРНТИ, а также КОД ВАК**.

***Подсказка:*** *классификаторы индексов и кодов можно найти в открытых источниках – например, по указанным ниже адресам.*

* *УДК:* [*http://en.wikipedia.org/wiki/Universal\_Decimal\_Classification*](http://en.wikipedia.org/wiki/Universal_Decimal_Classification)
* *ББК:* [*http://lib.luguniv.edu.ua/filial/download/total/BBK.pdf*](http://lib.luguniv.edu.ua/filial/download/total/BBK.pdf)*.*
* *ГРНТИ:* [*http://www.grnti.ru/*](http://www.grnti.ru/)*.*
* *ВАК:* [*http://old.mon.gov.ru/work/nti/dok/*](http://old.mon.gov.ru/work/nti/dok/)*.*
	1. Далее, пропустив строку, необходимоуказать на русском языке:
	+ **инициалы и фамилию** автора;
	+ **город и страну**;
	+ **заголовок статьи** (прописными буквами)**;**
	+ **аннотацию** (8-10 строк);
	+ список **ключевых слов**;
	+ **сведения об авторах** строго в той последовательности, которая указана в образце (должность автора, название подразделения и организации необходимо указать полностью, без сокращений: например, не *СПбГУ*, а *Санкт-Петербургский государственный университет*).
	1. Затем, пропустив строку, **заголовочный комплекс необходимо дублировать на английском языке.**
1. Основной текст
	1. **Таблицы и схемы** желательно не использовать. В случае необходимости схемы прилагаются каждая отдельным файлом. В тексте должны присутствовать ссылки на прилагаемые иллюстрации.
	2. Внутри **основного текста** просьба использовать *курсив* только для выделения текстовых примеров. Ключевые тезисы или смысловые акценты можно выделять разреженным шрифтом.

Подсказка: сделать шрифт разреженным в редакторе “Word” можно посредством меню *«Шрифт» (*Ctrl+D *🡪 Дополнительно 🡪 Интервал разреженный 🡪 2 пт).*



* 1. Пожалуйста, не ставьте **дефисы** ( - ) там, где должны быть **тире**. Тире должны быть не длинными ( —— ), а короткими: – .­­

Подсказка: вставить короткое тире в редакторе Word можно с помощью сочетания клавиш Ctrl+Num- или посредством меню *(Вставка 🡪 Символ 🡪 Специальные знаки). Самый простой способ – настроить параметры автозамены (Файл 🡪 Параметры 🡪 Правописание 🡪 Параметры автозамены) так, чтобы два поставленных подряд дефиса всегда заменялись на тире* *– см. рисунок:*



* 1. Обязательно используйте **неразрывные пробелы** везде, где это необходимо.

***Подсказка:*** *неразрывные пробелы ставятся с помощью трех последовательно нажимаемых и удерживаемых клавиш: Ctrl+Shift+пробел. При включении опции «непечатаемые символы» (для этого нужно нажать кнопку «отобразить все знаки») неразрывные пробелы отображаются кружками – см. рисунок:*

**

Неразрывные *пробелы нужно обязательно ставить между инициалами и фамилией (****И. И. Иванов****), между предлогом и словом в заголовках, между цифрой и буквенным символом, а также в других местах между элементами, которые не должны оказаться на разных строчках (например, нельзя разрывать* ***и т. д., и др., и т. п., XIX в., С. 210****).*

* 1. **Списки** в тексте статьипросьба оформлять строго в соответствии с пунктуационными нормами.

***Подсказка:*** *если перед списком двоеточие, то в списке каждый пункт начинается со строчной буквы; в конце пунктов – точка с запятой, после последнего пункта – точка; если же перед списком точка, то в списке каждый пункт с заглавной буквы, а в конце каждого пункта – точка.*

1. Оформление ссылок и РАЗДЕЛА «ЛИТЕРАТУРА»
	1. Необходимо использовать только **внутритекстовые ссылки**, оформленные по следующему стандарту: [Фамилия год: стр.], например: [Morrison 2007: 57].
	2. **Пристраничные сноски не допускаются.** Примечания (в случае необходимости) могут быть оформлены концевыми пронумерованными сносками.
	3. **Раздел «Литература»** оформляется в соответствии с образцом (см. ниже):
	* кегль 12;
	* библиография дублируется на английском языке с транслитерацией написанных кириллицей названий (см. приведённый ниже образец);
	* инициалы и фамилия автора в русскоязычной библиографии выделяется курсивом;
	* указываются только необходимые элементы библиографического описания, издательство и объём в страницах указывать не нужно;
	* последовательность элементов библиографического описания – традиционная (автор – название – город – год издания);
	* порядок в списке – алфавитный;
	* ссылки на электронные источники оформляются следующим образом: *Иванов И. И.* К основаниям когнитивной риторики массмедиа. Иваново, 1968. URL: <http://www.ivanov.ru/articles/cogn_123456.pdf>.

**\*\*\***

Ниже приводится образец оформления материалов. Чтобы упростить процесс подготовки материала, можно добавлять текст непосредственно в этот файл. Для этого удалите из файла всё, кроме образца, и используйте его как шаблон.

**Внимание! Редакция журнала просит авторов внимательно проверять текст перед отправкой**. Напоминаем, что в редакторе “Word” для этого, в частности, можно использовать функцию проверки правописания. **В случае, если оформление текста не в полной мере соответствует требованиям, работа будет отправлена автору на доработку.**

**НИЖЕ РАЗМЕЩЁН**

**Образец оформления публикации!**

**Образец оформления публикации**

*УДК 81'42, ББК 81.2, ГРНТИ 16.21.55, КОД ВАК 10.02.19*

*пустая строка*

*А. А. Александрова, И. И. Иванов*

*Энск, Россия*

***Заглавие работы НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (ПОЛУжирнымИ ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ)***

*В статье рассматриваются… Здесь должна быть аннотация на русском языке объёмом 200-250 знаков (без слова «Аннотация» в начале).*

*Ключевые слова: ключевое слово, ключевое слово, ключевое слово.* *Не более 5 ключевых слов.*

*Сведения об авторе: Александра Александровна Александрова, кандидат филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации Энского государственного университета. 153001, Энск, пр. Ленина, 14а, 2-й корп. ЭнГУ, к. 221. E-mail:* *aaalexandrova@google.com**. Внимание! Просьба строго соблюдать данную форму!*

*Сведения об авторе: Иван Иванович Иванов, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики Энского государственного педагогического университета. 153003, Энск, ул. Гоголя, 25, к. 28. E-mail: ii**ivanov@mail.**ru.*

*пустая строка*

*A. A. Alexandrova, I. I. Ivanov*

*Энск, Russia*

***TITLE OF THE PAPER IN ENGLISH (IN BOLD CAPITALS)***

*The article is dedicated to… Здесь должна быть аннотация на английском языке объёмом 200-250 знаков (без слова “Abstract” в начале). Пожалуйста, обратите внимание: по английски media linguistics, media text и т. п. нужно писать раздельно!*

*Key words: key word, key word, key word. Не более 5 ключевых слов.*

*About the author: Alexandra Alexandrovna Alexandrova, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric, Ensk State Pedagogical University. E-mail: aaalexandrova@google.com. 153001, Ensk, pr. Lenina, 14а, korp. 2 EnGU, k. 221.*

*About the author: Ivan Ivanovich Ivanov, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Rhetoric, Ensk State Pedagogical University. 153003, Ensk, ul. Gogolja 25-28. E-mail: iiivanov@mail.ru.*

*пустая строка*

Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Основной текст Times New Roman 14 с выравниванием по ширине. Если в тексте приводятся речевые примеры, *их необходимо выделять курсивом (подчёркивая те фрагменты примера, на которые Вы хотите обратить внимание читателя)*, в то время как ключевые тезисы или смысловые акценты можно выделять разреженным шрифтом. Кавычки используются «угловые», кроме двух случаев: (1) закавычивание слова, написанного латиницей: “Abcdef”, но «Абвгд»; (2) кавычки внутри кавычек: «Абвгд абвгд “абвгд” абвгд абвгд». Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст [Иванов 1998: 14]. Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст [Петрова 2017: 34].

Основной текст Основной текст Основной текст. Основной текст. Основной текст [Сидоров 2010: 49]. Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст [Morrison 2007: 57]. Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст [Industry & Market 2002: 65]. Основной текст Основной текст Основной текст Основной текст.

пустая строка

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иванов И. И.* К основаниям когнитивной риторики массмедиа. Иваново, 1998. URL: <http://www.ivanov.ru/articles/cogn_123456.pdf>.
2. *Петрова П. П.* Жанровые трансформации в современной монгольской медиасфере // Жанры речи. Саратов, 2017. – Вып. 2. – С. 21-29.
3. *Сидоров С. С.* Социально-культурная специфика монгольской прессы в 1991-1999 гг.: Дис. … канд. филол. наук. Хабаровск, 2010.
4. *Morrison M.* Modern media marketing. London, 2007.
5. *[Industry & Market]* Telecommunications Industry & Market in Mongolia. Ulan Bator, 2002. URL: [http://www.mmc.mn/ publ\_1234567.pdf](http://www.mmc.mn/%20publ_1234567.pdf).

пустая строка

REFERENCES

1. Ivanov I. I. *On the foundations of cognitive mass media rhetorics* [K osnovaniyam kognitivnoj ritoriki massmedia]. Ivanovo, 1998. URL: <http://www.ivanov.ru/articles/cogn_123456.pdf>.
2. Petrova P. P. *Genre transformations in contemporary Mongolian media sphere* [Zhanrovije transformatsii v sovremennoy Mongolskoj mediasfere]. Zhanry rechi – *Speech genres*. Saratov, 2017. Vol. 2. Pp. 21-29.
3. Sidorov S. S. *Social and cultural specificity of Mongolian press in 1991-1999’s.* [Sotsialno-kulturnaja spetsifika Mongolskoj pressi v 1991-1999 gg.: Dis. … kand. filol. nauk]. Khabarovsk, 2010.
4. Morrison M. *Modern media marketing.* London, 2007.
5. [Industry & Market] *Telecommunications Industry & Market in Mongolia.* Ulan Bator, 2002. URL: http://www.mmc.mn/ publ\_1234567.pdf. *Пожалуйста, обратите внимание на использование курсива, наличие необходимых элементов в описании и транслитерацию написанных кириллицей заглавий!*