**Требования к оформлению статей**

Именем файла должна быть фамилия автора. Объем – **4–7 страниц (не более)**.

Оформление статьи должно **СТРОГО СООТВЕТСТВОВАТЬ ОБРАЗЦУ** (см. ниже).

Все поля – **2 см**. Шрифт Times New Roman **14**, междустрочный интервал – **одинарный**. Абзацный отступ (красная строка) – **1,25**. Интервал между абзацами – **0 пт**.

Ссылки на цитируемые научные источники следует указывать в квадратных скобках в формате [Автор год издания: номер страницы], для Интернет-источников – [Автор или название ресурса URL]. (см. образец ниже)

Список литературы должен быть выстроен по алфавиту, список **НЕ** нумеруется. Обязательно указывается название издательства, а также общее количество страниц источника. Если это статья из сборника, указываются номера страниц, на которых напечатана статья. Для научных журналов указываются год и номер издания, а также страницы, на которых напечатана статья.

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ

|  |
| --- |
| **Н. В. Бычкова ← жирный шрифт, без отступа***Тверской государственный университет, 4 курс* **← *курсив, без отступа****Научный руководитель: к.ф.н. С. А. Колосов*  **РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ КАК ТРАНСЛЯТОР ЦЕННОСТЕЙ** **← по**  **центру, жирный шрифт, заглавные буквы**  Реклама относится к мифу, то есть к особому способу означивания, совокупности коннотаций, которые связаны с устоявшимися значениями и вызывают привычные ассоциации [Барт 1989: 512]. Основоположником самого понятия рекламы считается один из первых американских прикладных психологов Уолтер Скотт [Деревянко URL]. По мнению учёного, …  ЛИТЕРАТУРА **← по центру, заглавные буквы** Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989. 616 с.  Деревянко А. Р., Зыбин О. С. Социальная реклама коммуникационной деятельности всовременных условиях. URL: http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT\_ID=6507& SECTION \_ID=122 (дата обращения: 09.03.2019).  Кавинкина И. Н. Проявление гендера в речевом поведении носителей русского языка: монография. Гродно: Гродненский гос. ун-т им. Я. Купалы, 2006. URL: <http://ebooks.grsu.by/kavinkina_gender/index.htm> (дата обращения: 10.10.2018). Костюченко Т. Я. Ценностные основания культуры США: дис. … канд. культурол. наук. Кемерово, 2006. 192 с.Резниченко Л. Ю. Диминутивность как средство моделирования лингвокультурной и лингвопсихологической картины мира // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2009. №5. С. 85-92. |