**Требования к оформлению статей**

Именем файла должна быть ФАМИЛИЯ автора. Объём – **не более 7 страниц**.

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

Шрифт **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 [Иванов 2015: 77], для Интернет-источников – [Иванов URL].

Требования к списку литературы:

* в алфавитном порядке
* НЕ нумеруется
* для книг, учебных пособий и монографий обязательно указывается название издательства и общее количество страниц
* для статей из сборников научных трудов и научных журналов обязательно указываются год и номер выпуска, страницы, на которых размещается статья (например, С. 17–25).

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].      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. |