

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Социокультурные основания деятельности в сфере коммуникационных технологий. Образование в сфере PR

<i>Попова В.В.</i> Некоторые особенности подготовки специалистов по связям с общественностью в регионах: проблемы и решения.....	4
<i>Ковалев О.А.</i> О наблюдающем за наблюдателями (об одном аспекте рецептивно-эстетического анализа художественного текста).....	6
<i>Куляпин А.И., Скубач О.А.</i> Связанные одной целью: радио, телефон, телеграф и почта в культуре сталинизма.....	14
<i>Гулота Ю.В.</i> Символ в рекламных коммуникациях: основные тенденции	26
<i>Корнев В.В.</i> <i>Zombi sapiens</i> , или О парадоксальной коммуникации живых и мертвых.....	37
<i>Золотарев Д.Е.</i> Автор «Окон РОСТА» на Алтае.....	53

Раздел 2. Технологии деятельности PR и рекламы

<i>Гундарин М.В., Дорош Л.А.</i> Формы виртуального общения и практика рекламных и PR-коммуникаций	58
<i>Куликова С.Н.</i> Соблазн отсутствия: виртуализация механизмов коммуникационного воздействия	68
<i>Левашов М.В.</i> Концепт «свой – чужие»: выборы губернатора в Алтайском крае в 2004 г. (на материале предвыборных статей и листовок М.С. Евдокимова и А.А. Сурикова).....	73
<i>Старолетов М.Г.</i> Модель электората: методики исследования – воздействия	80
<i>Явинская Ю.В.</i> Конструирование новостей как основной инструмент управления общественными связями	85
<i>Манянин П.А.</i> Риторика номинации в структуре газетной рекламной аргументации (на материале рекламы риэлторских услуг).....	90
<i>Лелетко В.И.</i> Определение целевых аудиторий как фактор повышения эффективности коммуникативной политики высшего учебного заведения.....	97
<i>Филиппов Д.Е.</i> Газета Челябинского государственного университета в информационном пространстве Челябинской области как средство формирования университетского сообщества	105