



ВЕСТНИК

ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

№8 (63)
2006

СЕРИЯ

«СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ»

Выпуск 6

Редакционная коллегия

д-р ист. наук **В. С. Балакин** (*отв. редактор*), канд. ист. наук **А. В. Епимахов**,
д-р филос. наук **Ф. М. Землянский**, канд. фил. наук **К. В. Киуру** (*отв. секретарь*),
канд. фил. наук **Е. В. Пономарева**, канд. филос. наук **Е. В. Миронов**,
д-р ист. наук, д-р искусствоведения **Н. П. Парфентьев**, канд. филос. наук **В. Е. Хвощев**

Содержание

ОТ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ.....4

PUBLIC RELATIONS

БАБОЧИЕВА М. Л. ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ 6
ГАВРИЛОВА Л. А. ЛОЗУНГ «ДА — ГОРОДУ! НЕТ — ПОСЕЛЕНИЮ!» КАК
КЛЮЧЕВАЯ ИДЕЯ PR-КАМПАНИИ 2004—2005 ГГ. В ПЕЧАТНЫХ СМИ
Г. РЫБИНСКА (ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ) 11
КУЖЕЛЕВА-САГАН И. П. АКТУАЛЬНОСТЬ РЕКОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНЕЗИСА
ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ И ОСНОВАНИЯ ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ ИСТОРИЧЕСКИХ
ВЕРСИЙ PR.....17
ПЕЛЛЕНЕН Л. В. PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ОПЫТ
ОСМЫСЛЕНИЯ ИСТОРИИ СОЗДАНИЯ
СЛУЖБЫ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
НА ЧЕЛЯБИНСКОМ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОМ КОМБИНАТЕ 21

ЖУРНАЛИСТИКА

ЗАКОВЫРИНА Н. С. ДИСКУССИЯ О ФОРМАЛИЗМЕ И НАТУРАЛИЗМЕ В
СОВЕТСКОЙ ФОТОГРАФИИ В СЕРЕДИНЕ 1930-Х ГОДОВ 31
КОРОСТИНА П. В. СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ
ОБЛАСТИ 36

РЫЖИКОВА Л.Н. ФУНКЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ.	39
СКАКОДУБ А.Ю. К СУБЪЕКТНЫМ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ РЕКЛАМНЫХ ИЗДАНИЙ.	44
ТЕПЛЯШИНА А. Н. АСПЕКТЫ КОМИЧЕСКОГО В ПРЕССЕ ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ	49

РЕЧЕВЫЕ ПРОЦЕССЫ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

МЯГКИХ В. Ю. СЕМИОТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОССИЙСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО АГИТАЦИОННОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ 2003 г.)	55
ПЕСКОВА Е. Н. ИНТЕНЦИИ, РЕАЛИЗУЕМЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРой В ТЕКСТАХ ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ	59
ПОНОМАРЁВА Е. В. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ НОВОГО ИСКУССТВА В ЯЗЫКОВОЙ ПРАКТИКЕ РУССКОЙ НОВЕЛЛИСТИКИ 1920-Х ГОДОВ	63
СТЕПАНОВ В. Н. ДВА ПОЛЮСА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ПРОВОКАТИВНЫЕ ЖАНРЫ ЗАБОТЫ И ПРИЗНАНИЯ	73
ТЮРИНА А. А. ПРОБЛЕМА КЛАССИФИКАЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ (ПФ)	82
ШАБАЛИНА Н. А. ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В МАТЕРИАЛАХ ГЕНДЕРНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИЗДАНИЙ РОССИИ	85
ШАРАФУТДИНОВА О. И. ОБРАЗ РИТОРА КАК СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ НОРМАТИВ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)	89

РЕКЛАМА

КАЗАНКОВА Е. Р. ВЛИЯНИЕ ПОП-КУЛЬТУРЫ НА ЖЕНСКИЙ ОБРАЗ В РЕКЛАМНЫХ ПРОСПЕКТАХ	93
КРОТОВА М. А. ДЕЙКТИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ	98
ЧУРАКОВА М.В. ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	104

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

БЛУДОВА А.Г. ИМИДЖ ПОЛИТИКА В СТРУКТУРЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	107
ВАСИЛЬЕВА В.П. АНАЛИЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОНИМАНИЯ ВЛАСТИ	112
КИУРУ К. В. ДИСКУРС-ИССЛЕДОВАНИЕ ХАРИЗМАТИЧНОСТИ ПОЛИТИКА	122

АКТУЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КОММУНИКАЦИИ

АНДРЕЕВ Е. А. МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ГРУПП НА ОСНОВАНИИ АНАЛИЗА ЯЗЫКА ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ	127
АНДРЕЕВ Е. А., ГАРБУЗОВА И. А. МИФОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ОБРАЗА НЕТРАДИЦИОННЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ТЕКСТАХ СМИ: МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ И ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	132
ЗУБАНОВА Л. Б. МАССОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ЭФФЕКТОВ	138