

Конференция «Технологии PR и рекламы в современном обществе»: коммуникации в условиях новой реальности

Сегодня, 18 апреля, в Политехническом университете состоялась очередная, двенадцатая по счету, ежегодная научно-практическая конференция «Технологии PR и рекламы в современном обществе». Главной темой мероприятия стали коммуникации в условиях нового технологического уклада и связанные с ними вопросы образовательного, отраслевого и социального характера.



Изначально миссией конференции было обеспечение максимально комфортных и широких возможностей для исследования ключевых аспектов общественных коммуникаций, а также диалога между студенческой аудиторией, теоретиками и действующими практиками. За двенадцать лет конференция обрела уникальную специфику и получила известность далеко за пределами университета.

В конференции приняли участие известные в Петербурге и России практикующие специалисты, студенты и преподаватели различных институтов СПбПУ. В этом году география конференции расширилась за счет

участия в ней представителей вузов Беларуси.



Как отметила заведующая кафедрой «Реклама и связи с общественностью» Гуманитарного института (ГИ) СПбПУ И.Р. ТРОСТИНСКАЯ, будучи изначально предназначенной для преподавателей, студентов и аспирантов, конференция с каждым годом приобретает все более прикладную направленность, что вызвано интересом студенческой аудитории к практическому применению полученных знаний.

Пленарное заседание открыл проректор по научной работе В.В. СЕРГЕЕВ, подчеркнув важность затрагиваемых тем и высокий организационный уровень мероприятия. Также он отметил присутствие большого количества увлеченных тематикой конференции молодых людей – будущих специалистов, чья деятельность впоследствии выразится в том числе и в продвижении наукоемких разработок. Студенческая среда, по мнению проректора, должна формироваться в контексте решаемых вузом задач, направленных на поддержку промышленности и развитие научного потенциала. В.В. Сергеев отметил безусловную роль кафедры «Реклама и связи с общественностью» в коммуникационном сопровождении этого процесса. В данном контексте проректор обозначил важнейшие задачи для кафедры – продвижение разработок, интеграция в научно-производственные процессы в университете, открытость для продвижения научного творчества. Пожелав успешной и плодотворной работы участникам конференции, В.В.

Сергеев подчеркнул необходимость выработки по ее итогам пакета предложений по решению этих задач для университета как комплексного механизма внедрения инноваций.



Выступивший в рамках пленарного заседания профессор СПбГУ Д.П. ГАВРА отметил Политехнический университет как лидера технологического образования в России. В своем докладе известный ученый указал на определяющую роль стратегических коммуникаций в политических процессах и формировании новой социальной реальности, с ее вызовами и угрозами безопасности. «Стратегическая коммуникация – это коммуникация действия, – отметил Д.П. ГАВРА. – Важно определить желаемый эффект коммуникации и образы, которые она формирует в массовом сознании». Субъектами стратегической коммуникации могут выступать политические элиты, межгосударственные объединения, общественные организации, бизнес-субъекты, отдельные ньюсмейкеры, и молодежная аудитория является одной из важнейших для них.

В развитие затронутой темы ведущий научный сотрудник МГУ им. Ломоносова А.П. СЕГАЛ представил свое видение технологического уклада будущего. «В сущности, взгляд на будущее – это в любом случае взгляд на цели: свои – если ты субъект, и чужие – если ты объект», – отметил А.П. СЕГАЛ, предсказывая значительное влияние технологий на изменение специфики коммуникации.



«Но какой будет новая реальность? Насколько можно прогнозировать ее образ, каким будет место PR-технологий в ней, – предлагая дискуссию, задался вопросом другой участник конференции, профессор Санкт-Петербургского филиала НИУ ВШЭ Г.Л. ТУЛЬЧИНСКИЙ. Отмечая в своем выступлении медийную составляющую паблиситного капитала в условиях новой реальности, он призвал по-новому интерпретировать изначально заимствованный из западной практики термин “public relations” как «отношения, взятые в динамике» и уйти от их понимания как манипулятивных технологий в сторону публичной социальной ответственности.

Аудитория активно задавала вопросы выступающим – участники были настроены на активную дискуссию со спикерами. В частности, вызвал интерес и доклад руководителя отдела маркетинга Центра компьютерного инжиниринга СПбПУ, методолога Форсайт-клуба Санкт-Петербурга П. КОЗЛОВСКОГО. Его выступление было посвящено смене техноукладов, связанной с влиянием цифровых трансформаций на бизнес-процессы и эволюцию промышленного производства.



Вторая часть конференции, прошедшая после пленарного заседания, была посвящена выступлениям практиков коммуникационной отрасли. В ее рамках выступили, в частности, представитель пресс-службы конгрессно-выставочных центров «Экспофорум» и «Ленэкспо» А. АФОНИНА, представители коммуникационного агентства “Nosuits” В. СТЕЛЬМАХ и А. АНИСИМОВА, PR-специалист и организатор мероприятий IT-индустрии и девелопмента А. ФЕДОРОВА, специалист по связям с общественностью и рекламе сети фитнес клубов Fitness Family Д. ПРУСС.

Кроме того, планируя программу, оргкомитет конференции предоставил возможность раскрыть свой творческий потенциал студентам. Для них были организованы конкурсы кейсов, предоставленные ведущими практиками рекламной и PR отраслей.



Подводя итоги состоявшейся конференции, нельзя не процитировать Г.Л. ТУЛЬЧИНСКОГО, сказавшего в своем выступлении: «Мы будем иметь дело с другой реальностью, коллеги! Специалистов по коммуникациям ожидает светлое будущее, и рынок труда нуждается в них». А внедрение новых технологий во все сферы деятельности будет способствовать востребованности этой профессии.

Материал подготовлен Гуманитарным институтом СПбПУ

Дата публикации: 2017.04.18

[>>Перейти к новости](#)

[>>Перейти ко всем новостям](#)