

Концепции современного рекламоведения

Во вступительном слове руководитель круглого стола Э. М. Глинтерник в общих чертах познакомила присутствующих с основным корпусом поступивших на секцию «Концепции современного рекламоведения» тезисов, и выделила два основных, сформировавшихся тематических направления – состояние понятийной базы в рекламоведении и новые формы рекламы в окружающей среде.

Работа круглого стола началась с обзора докторских диссертаций по рекламе, сделанного Л. Г. Фещенко. В процессе обсуждения профессор А. Д. Бородай предложил обратиться ко всем обладателям докторской ученой степени, посвятившим свои исследования изучению разных аспектов рекламной деятельности и рекламной коммуникации, с просьбой подготовить публикацию для тематического сборника. (В процессе прямого взаимодействия с авторами можно будет уточнить недостающие сведения, важные для указателя диссертаций по рекламе, который готовится на кафедре рекламы СПбГУ). Э. М. Глинтерник предложила альтернативный вариант – выслать именные предложения всем упомянутым в обзоре авторам и пригласить их на следующую научную конференцию – в 2016 году.

Большой интерес у присутствующих вызвал доклад М. В. Гавриловой – заметки лингвиста и горожанина о политическом дискурсе, или, как сказала автор, «лингвистические этюды».

А. Д. Бородай в своем выступлении сделал акцент на креативной экономике, а также прокомментировал вопросы индустриальных стандартов.

Д. Е. Колесников представил присутствующим методический рекламоведческий комментарий художественного произведения и показал, как можно работать с такими источниками на занятиях по рекламе.

А. А. Давтян сначала продолжила начатый на заседании УМС разговор. В поисках объединяющего наименования направлений, входящих в учебно-методический совет, были предложены такие варианты: медиакоммуникации, стратегические коммуникации, публичные коммуникации, прикладные коммуникации, социальные коммуникации, интегрированные коммуникации. В основной части своего сообщения автор проиллюстрировала примерами нестандартные способы продвижения объектов. В. Ю. Ципилев призвал учить студентов технологическим основам профессии рекламиста, учить ремеслу.

Все выступления сопровождались активным заинтересованным обсуждением со стороны присутствующих. Круглый стол показал, что более перспективный формат, в большей степени соответствующий тематике и научным интересам рекламного сообщества, это – 1-2-хдневная научная конференция.

О работе нашей секции в цифрах: при регистрации заявку на участие в работе круглого стола «Концепции современного рекламоведения» сделали 69 человек. Для публикации на сайте было прислано 32 текста тезисов выступлений. В сборнике материалов конференции опубликовались 8 авторов. С сообщениями на круглом столе выступили 7 человек. В обсуждении основных вопросов на заседании круглого стола приняли участие 32 человека.

Секретарь секции: Л. Г. Фещенко, к.филол. н., доцент