



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ ИСТОРИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

**ИСТОРИЯ ПУБЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
ИНСТИТУТЫ, ПЕРСОНАЛИИ, ПРАКТИКИ**

**Программа
Международной научно-практической конференции
7-8 апреля 2025 года**

7 апреля

Пленарное заседание.

Мариинский дворец, Исаакиевская пл., д. 6, центральный вход, 10:30

**Вход с 09:30 до 10:20 по спискам. Иметь при себе паспорт.*

Модератор: д-р филол. наук, проф. Кривоносов А. Д. (СПбГЭУ),
канд. ист. наук, доц. Скворцов А.М. (СПб Институт истории
РАН)

Приветствия

Шишкина Марина Анатольевна, д-р социол. наук, профессор, депутат
Законодательного собрания Санкт-Петербурга, член Высшего экспертного
совета Российской ассоциации по связям с общественностью

Пруцких Андрей Александрович, канд. филол. наук, декан гуманитарного
факультета СПбГЭУ

Карпенко Ирина Александровна, канд. ист. наук, зам. генерального директора
по просветительской деятельности Государственного музея истории Санкт-
Петербурга

Доклады (12 мин.)

Кривоносов Алексей Дмитриевич СПбГЭУ	Вопросы периодизации истории русского РР
Фролов Роман Михайлович Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова	Публичная коммуникация и политическая инициатива избранных магистратов (<i>magistratus designati</i>) в Римской республике
Скворцов Артем Михайлович Санкт-Петербургский институт истории РАН	Появление и развитие теории рекламы в России на рубеже XIX– XX вв.
Маркина Юлия Михайловна Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск	Развитие связей с общественностью на Дальнем Востоке России

12:00: Экскурсия по Мариинскому дворцу.

Секция 1. История российской рекламы в Новейшее время

СПбГЭУ, наб. кан. Грибоедова, д. 30-32, ауд. 2125, 14:30-17:00

*Маршрут от Мариинского дворца (ЗакС СПб) до главного корпуса СПбГЭУ отображен на последней странице программы

Ссылка: <https://webinars.unecon.ru/j/3646/1521370720>

Модераторы: канд. ист. наук, доц. Гришина Н. В. (ЧелГУ); д-р фил. наук, проф. Киуру К. В. (ЧелГУ)

Технический модератор: асс. Багдасарян Д. А. (СПбГЭУ)

Доклады (10 мин.)

Журавлева Александра Геннадьевна Историко-мемориальный музей-усадьба П. Е. Щербова, г. Гатчина	Карикатурист П. Е. Щербов на международном конкурсе рекламных плакатов 1901 года аргентинской табачной фабрики «Cigarrillos Paris»
Зверева Екатерина Анатольевна, Ватолина Мария Юрьевна Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина (онлайн)	Реклама аптек и аптекарских магазинов Тамбовской губернии начала XX века
Вершинина Мария Геннадьевна, Анкудинова Анна Денисовна Пермский национальный исследовательский политехнический университет	Рекламные объявления сферы культуры начала XX в. (на материале газеты «Пермские губернские ведомости» 1905 г.)
Куропаткина Мария Сергеевна, Шишакова Юлия Валентиновна Государственный университет управления, Москва	Рекламные практики в дореволюционной России: от лубка к первым печатным объявлениям
Мойсинович Анна Михайловна Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова	Фотографические журналы начала XX в. как инструмент рекламной коммуникации
Кочетова Лариса Анатольевна Волгоградский государственный университет (онлайн)	Проблематика периодизации английской рекламы: лингвистический и социокультурный аспекты
Сидорчук Илья Викторович, Данилова Светлана Александровна Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	Особенности популяризации загородного отдыха в 1920-е–1930-е гг. (на примере Петрограда / Ленинграда)
Глинтерник Элеонора Михайловна Санкт-Петербургский государственный университет	Реклама как визуальный феномен в городском пространстве Санкт-Петербурга второй половины XIX – начала XX вв.
Глинтерник Константин Константинович Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Москва	У истоков петербургской визуальной айдентики XIX-начала XX вв.: поиски художественно-образного подхода

Киуру Константин Валерьевич, Линьков Сергей Владимирович Челябинский государственный университет	Курс «История рекламы»: живой рекламный процесс VS «археология» рекламы
Берендеев Михаил Владимирович, Соколов Никита Романович Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград	Технологии искусственного интеллекта в проектировании региональных геобрендов: «цифровой Кант» и реконструкция реальности
Гришина Наталья Владимировна, Выдрин Олег Владимирович Челябинский государственный университет	Исторические образы в презентации российских регионов: на материалах Международной выставки-форума «Россия»

Секция 2. PR как социальный институт: историческая проекция и современные практики

СПбГЭУ, наб. кан. Грибоедова, д. 30-32, ауд. 2123, 14:30-17:00

Ссылка: <https://webinars.unecon.ru/j/3646/692707585>

Модераторы: д-р пед. наук, проф. Семенова Л. М. (СПбГЭУ), д-р филол. наук, проф. Степанов В. Н. (Академия МУБиНТ, Ярославль)

Технический модератор: канд. экон. наук, ст. преподаватель Бомбин А. Ю.

Доклады (10 мин.)

Почекаев Роман Юлианович НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург	Особенности межкультурной юридической коммуникации в судах Туркестанского края
Ражев Александр Викторович Челябинский государственный университет	Public Relations как инструмент рекрутинга: Военное министерство Великобритании и проблема набора добровольцев во второй половине 1930-х гг.
Семенова Лидия Михайловна СПбГЭУ	Эволюционный путь развития имиджа как феномена публичной коммуникации
Голдобина Людмила Константиновна, Гофман Евгений Иванович Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (онлайн)	Формирование паблик рилейшнз как социального института на примере Великобритании
Бейсембаева Аида Сакеновна, Бисембина Динара Аскараровна Казахстанский филиал Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (онлайн)	Этапы становления института связей с общественностью в Казахстане

Меньшиков Петр Витальевич Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Финансовый университет при Правительстве РФ, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва	Эволюция связей с общественностью в бизнесе – экзистенциальный кризис базовых принципов бизнес-коммуникации
Алешина Ирина Викторовна Государственный университет управления, Москва (онлайн)	Паблик рилейшнз высокотехнологичного развития
Ротанова Мира Борисовна Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова Привалова Анна Вадимовна Студия контент-маркетинга APWRITIN, Нижний Новгород	История рынка коммуникационных услуг Нижнего Новгорода
Прохоров Андрей Васильевич Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина	Подготовка кадров в сфере связей с общественностью: опыт вузов Тамбовской области
Каменев Егор Сергеевич, Князева Анна Львовна Воронежский государственный университет	PR-стратегирование через призму мемологии: опыт воронежской сети «Старик Хинкалыч»
Степанов Валентин Николаевич Академия МУБиНТ, Ярославль	Ревизия и ремифологизация публичных коммуникаций 1990-2010 гг.

8 апреля

Секция 3. История рекламы от Античности до Нового времени

Государственный музей истории Санкт-Петербурга (Петропавловская крепость, Музей археологии (Невская куртина), конференц-зал), 11:00-14:00

*Карта места проведения отображена на последней странице программы

Ссылка: <https://telemost.yandex.ru/j/61951902132025>

Модераторы: д-р ист. наук Кириллова Е. Н. (ИВИ РАН); канд. ист. наук Карпенко И. А. (Государственный музей истории Санкт-Петербурга)

Доклады (12 мин.)

Низамова Элина Руделевна Институт всеобщей истории РАН, Москва	Между риторикой и рынком: торговые практики и рекламные стратегии классических Афин V в. до н.э. (по комедиям Аристофана)
--	--

Конопаткин Владислав Алексеевич Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (онлайн)	Придворная публичная коммуникация как средство построения социальной иерархии в Поздней Римской империи (IV–V вв.)
Исмагилова Юлия Денисовна Санкт-Петербургский государственный университет	«Еме – habebis» («Купи и будешь иметь»): реклама, бренды и маркетинговые стратегии в Древнем Риме
Кириллова Екатерина Николаевна Институт всеобщей истории РАН, Москва	Способы привлечения покупателей ремесленниками и торговцами Реймса в XIII–XVIII вв.
Сергеев Михаил Львович Российская национальная библиотека; Санкт- Петербургский филиал Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН	Как позиционировать и продвигать ученую книжную продукцию? (опыт рубежа XV–XVI вв.: венецианская типография Альда Мануция)
Пивоварова Мария Игоревна Воронежский государственный университет	Тенденции развития английской и французской пресс-рекламы в XVII в.
Эсоно Александр Флорентинович Всероссийский музей А. С. Пушкина, Санкт- Петербург	Летучий листок о водяном насосе Ханса Хауча как образец рекламной продукции XVII в.
Чертков Алексей Сергеевич Дипломатическая академия МИД РФ, Москва (онлайн)	Актеры публичных коммуникаций в период волнения якутов в 1642 г. в Ленском крае
Борисова Алина Владимировна Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова (онлайн)	Публицистическая проповедь как инструмент коммуникационных практик в России в первой четверти XVIII в.
Бурханова Дарья Алексеевна, Ильина Ирина Анатольевна Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)	Сравнительный анализ первых рекламных кампаний в США, Европе и России
Старостин Дмитрий Николаевич Санкт-Петербургский государственный университет	Коммуникация публичная и коммуникация личная – проблемы формирования диалога власти и подданных в королевстве франков
Карпенко Ирина Александровна Государственный музей истории Санкт- Петербурга	Вывеска, плакат, упаковка. Образцы рекламной продукции на выставках Музея истории Санкт-Петербурга.

13:45: кофе-брейк

14:00: Экскурсия – «Российская дореволюционная реклама в собраниях
Музея истории Санкт-Петербурга» (Петропавловская крепость)

Стендовые доклады

ИСТОРИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Александрова И. Ю. Исследование взаимосвязи исторического развития отечественной рекламы и искусства шрифта

Шнякина Ю. Р. Ретроспективный анализ рекламного контента в журналах дореволюционной России (на примере журнала «Нива»)

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ И PR

Байбатырова Н. М. Региональный опыт имиджевой рекламы территории (на примере Астраханской области)

Бомбин А. Ю. Алгоритмы доверия: как цифровой PR и автоматизация формируют репутацию брендов в эпоху искусственного интеллекта (AI)

Ежова Е. Н., Судакова А. С. Развитие рекламы на Ставрополье в постсоветский период (1991-2000)

Осинцева О. А, Рассохина И. Ю. Региональные коммуникационные практики коллабораций сибирских брендов

Песина Е. М., Козлова О. Д. Китч в современной рекламе Пермского края

Чернявская И. Ю. Общественные связи: роль и функции в адаптивной стратегии бизнеса

ФОРМИРОВАНИЕ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА: МИРОВЫЕ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКИ

Азарова Л. В. Российское PR-образование: в поисках профессиональной идентичности

Бразевич Д. С., Данилова Н. И. Исторические аспекты развития научного представления о публичных коммуникациях

Емельянов С. М. Развитие профессиональной культуры специалиста по коммуникациям в России

Захаров К. К., Куделин А. А. Пропаганда Аббасидской революции

Кузьмин А. В. Роль профессиональных конкурсов в развитии регионального коммуникационного рынка (на примере Республики Бурятия)

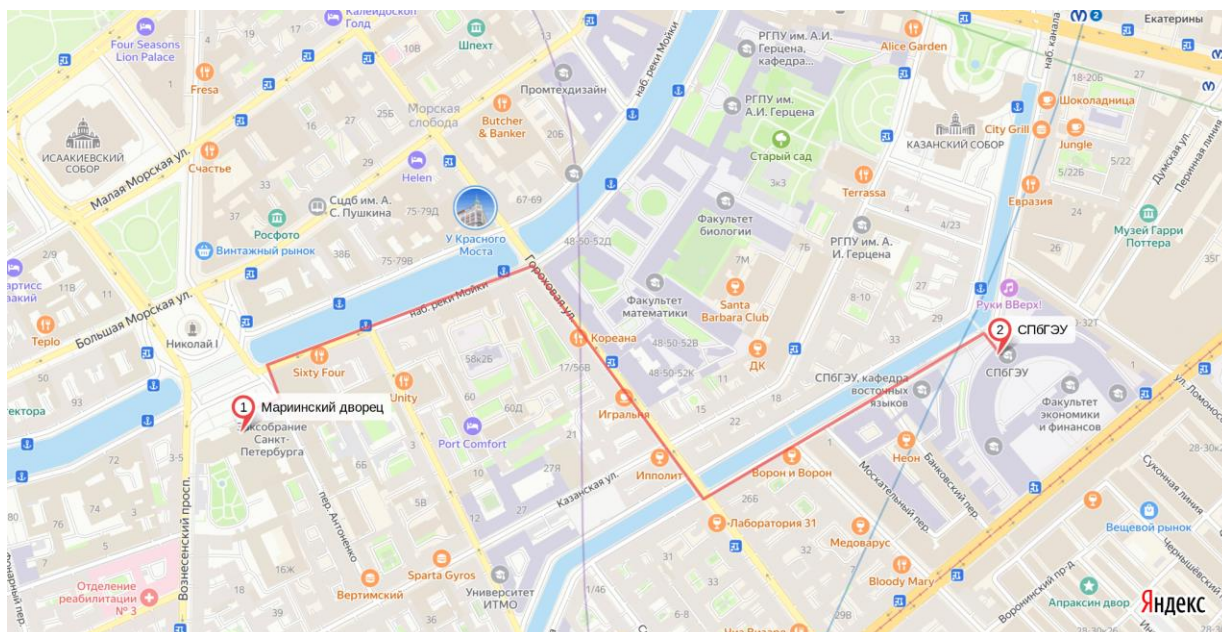
Кривоносов А. Д., Лебедева Т. Ю. Латинская модель коммуникации: вклад в европейское понимание публик рилейшнз

Мухаммедли Дашигын Г. о. Всемирные информационные революции и библиотеки как основа публичной коммуникации

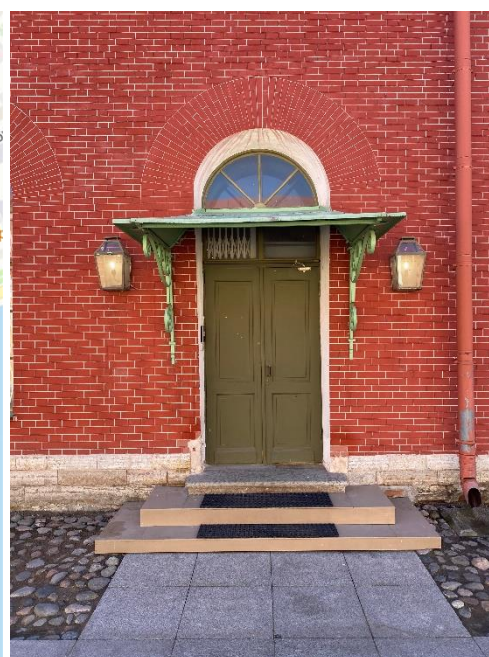
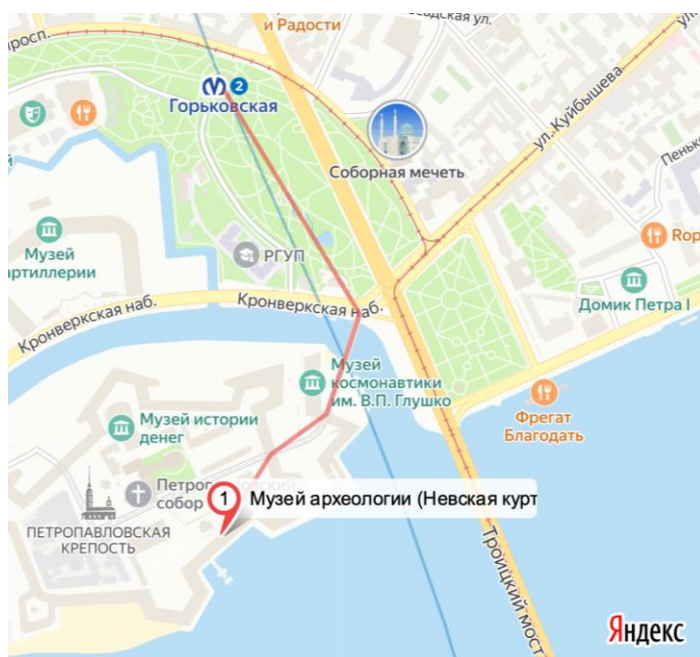
Пряхина А. В., Нечаева Н. Г. Профессиональные конкурсы как инструмент институционализации коммуникационной сферы

Чумиков А. Н. PR как публичные коммуникации: терминологические и сущностные поиски

Шевченко А. С. Обзор бестселлеров ИД «Питер» в сфере публичных коммуникаций



Маршрут от Мариинского дворца (ЗакС СПб) до главного корпуса СПбГУ



Государственный музей истории Санкт-Петербурга (Петропавловская крепость, Музей археологии (Невская куртина). Ориентир зеленая дверь.