

Sprawozdanie z VI Międzynarodowej
Naukowo-Praktycznej Konferencji
„Komunikacja strategiczna w biznesie i w polityce”
(STRATCOM-2018), Petersburg, Rosja,
22–23 listopada 2018

Alena Podviazkina

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin

alena.podviazkin@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2677-3517

Instytut Petersburskiego Uniwersytetu Państwowego [dalej: SPbU – AP] – Wyższa Szkoła Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej – od 2014 roku organizuje międzynarodowe naukowo-praktyczne konferencje w ramach cyklu „STRATCOM – Komunikacja strategiczna w biznesie i w polityce”. Celem konferencyjnego cyklu jest międzynarodowy dialog naukowców i praktyków w dziedzinie komunikacji strategicznych, PR i reklamy, GR i marketingu terytorialnego oraz nawiązanie współpracy pomiędzy uniwersytetami z różnych krajów.

„STRATCOM-2018”, odbył się 22–23 listopada w Petersburgu, w siedzibie organizatora. Wzięło w nim udział 206 referentów z 10 państw (Rosji, Azerbejdżanu, Chin, Finlandii, Indii, Kazachstanu, Polski, Republiki Południowej Afryki, Stanów Zjednoczonych, Ukrainy). Konferencję otworzył dyrektor Instytutu, prof. dr hab. Anatolij Puju. W ramach obrad plenarnych, poświęconych komunikacji strategicznej i strategiom komunikacyjnym w sytuacji spadku zaufania, omówiono m.in. problemy rozwoju komunikacji politycznej na kontynencie afrykańskim (Herman Wasserman, Uniwersytet Kapsztadzki), bezpieczeństwa informacyjnego (Jewgienij Paszencew, SPbU), kryzysu zaufania w cyfrowym społeczeństwie (Marina Szylina, Rosyjski Ekonomiczny Uniwersytet im. G. Plechanowa), a także przedstawiono interesującą prognozę przyszłości komunikacji i dziennikarstwa (Dmitrij Gawra, SPbU).

Kontynuacją tej części obrad było jedno z najważniejszych wydarzeń tegorocznej konferencji STRATCOM – prezentacja słownika *Mediolingwistyka w terminach i pojęciach: słownik-podręcznik*, przygotowanego przez pracowników Zakładu Mediolingwistyki pod kierownictwem prof. dr hab. Lili Duskajewej.

W trakcie dwóch dni konferencji zorganizowano 11 sekcji panelowych. Poszczególne spotkania dotyczyły takich zagadnień, jak:

- zintegrowany biznes-PR między fetyszyzmem cyfrowym a realizmem antropologicznym;
- propaganda w cyfrowym społeczeństwie;
- strategie polityczne i polityczne dziennikarstwo;
- informacyjne bezpieczeństwo państwa wobec globalnego kryzysu informacyjno-psychologicznego;
- lingwistyczna architektura komunikacji strategicznych;
- media regionalne jako zasób strategiczny władzy;
- strategiczne zarządzanie komunikacją medialną;
- władza i społeczeństwo w Rosji: historyczny aspekt komunikacji strategicznej;
- terytorialna komunikacja strategiczna;
- kultura jako strategiczny zasób komunikacyjny;
- zjawiska precedensowe w komunikacji strategicznej.

Pierwszego dnia konferencji odbyły się obrady czterech sekcji. Pierwszej, poświęconej PR-owi w biznesie, przewodniczył prof. dr hab. Dmitrij Gawra, kierownik Zakładu Public Relations w Biznesie SPbU. Podczas tych obrad ogłoszono m.in. następujące referaty: *Specyfika wykorzystywania mediów społecznościowych przez władze publiczne* (Katarzyna Akimowicz, SPbU); *Gatunkowy polimorfizm tekstów PR-owskich w sieciach społecznościowych* (Ludmiła Balachonskaja, SPbU); *Sposoby pokonywania barier komunikacyjnych w epoce postprawdy* (Sergej Bogdanow, Uniwersytet im. M. Łomonosowa w Moskwie); *Wojna informacyjna: technologia czy forma komunikacji?* (Jelena Gniezdilowa, Rosyjski Państwowy Uniwersytet Rolniczy – Moskiewska Akademia Rolnicza im. K. Timiriaziewa); *Elita cyfrowa VS elita analogowa: transformacja stratyfikacji społecznej w społeczeństwie sieciowym* (Władysław Dekalow, SPbU); *Nieformalna komunikacja z mediami: jak i dlaczego?* (Iwan Makarow, „Otkritie FC Bank”); *Kształtowanie zaufania w blogach korporacyjnych* (Iłona Piwowarowa, Doński Techniczny Uniwersytet Państwowy); *Aktywność medialna uczonego jako wyzwanie naszych czasów* (Irina Telnowa, SPbU).

Temat drugiej sekcji – propaganda w cyfrowym społeczeństwie – został rozwinięty w jedenastu wystąpieniach, które wygłosili: Boris Misonżnikow (SPbU) – *Kontent propagandowy i sposoby jego prezentacji*; Michaił Graczew (Rosyjski Humanistyczny Uniwersytet Państwowy) – *Framing jako konsekwencja agenda-setting trzeciego poziomu*; Olga Maksimowa (Rosyjski Uniwersytet Przyjaźni Narodów) – *System werbowania młodzieży do organizacji radykalnych za pomocą sieci społecznościowych*; Wera Aczkasowa, N. Żurawlewa (SPbU) – *Propaganda jako element komunikacji państwowej*; Olga Filatowa (SPbU) – *Propaganda w epoce botów, trolli i fake-newsów: teoria i praktyka*; Wadim Timszyn (Wiacki Uniwersytet Państwowy) – *Modelowanie procesu kształtowania opinii społecznej za pomocą diagramu Woronoja*; Anna Smoliarowa (SPbU) – *Publiczność zagraniczna mediów rosyjskich jako obiekt komunikacji strategicznej Federacji Rosyjskiej*; Olga Budarina (Moskiewski Państwowy Uniwersytet Kultury) – *Mem internetowy jako nowa forma reklamy politycznej*; Jelena Stecko (SPbU) – *Sankcje jako instrument propagandy*; Larisa Szarachina (Petersburski Elektrotechniczny Uniwersytet Państwowy) – *Screenshotty gier komputerowych w propagandzie resortów siłowych kształtującego się społeczeństwa cyfrowego*; Aleksej Kuźmin (SPbU), Anastasia Kulnazarowa (Petersburski Państwowy Uniwersytet Telekomunikacji) – *Badanie opinii audytorium młodzieżowego w sprawie blokowania treści w internecie*. Obradom tej sekcji przewodniczyła prof. dr hab. Wera Aczkasowa, kierownik Zakładu Public Relations i Administracji Publicznej SPbU.

Także obrady sekcji trzeciej, poświęconej bezpieczeństwu informacyjnemu, były moderowane przez pracowników SPbU – dr. hab. Konstantego Pancerewa i dr. hab. Jewgeniego Paszencewa. Poszczególne wystąpienia poświęcono: tendencjom i perspektywom współczesnej strategicznej wojny informacyjnej (Jewgenij Paszencew, SPbU); zjawisku autorytaryzmu cyfrowego (Dmitrij Rusin, SPbU); problemom cyberbezpieczeństwa (Dmitrij Lewi, SPbU); znaczeniu zaścępstwa importu dla sfery informacyjno-komunikacyjnych technologii (Tatiana Szaldenkowa, SPbU); prawnemu zabezpieczeniu interesów krajowych w przestrzeni informacyjnej (Maria Kapustina, SPbU); wizerunku medialnemu Rosji (Swetłana Winogradowa i Galina Melnik, SPbU); wykorzystaniu zasobów informacyjnych przez terrorystów (Andrzej Korotajew, Leonid Isajew, Konstantin Golubew, SPbU).

Hasłem czwartej sekcji były strategie polityczne i polityczne dziennikarstwo. Dyskusję moderował prof. dr hab. Sergiej Korkonosienko, kierownik Zakładu Teorii Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej. Wygłoszone tu referaty dotyczyły: analizy faktów w badaniach dziennikarstwa politycznego (Igor Błochin, SPbU); zróżnicowania wizerunków liderów politycznych w rosyjskiej i niemieckiej telewizji (Jekaterina Kiryłłowa, SPbU); expose liderów politycznych jako gatunku komunikacji politycznej (Ksenia Ławrowa, Petersburski Państwowy Uniwersytet Telekomunikacji); aksjologicznych aspektów technologii medialnych (Wiktor Sidorow, SPbU).

Podczas drugiego dnia konferencji obrady odbyły się w siedmiu sekcjach. Sekcja mediolingwistycznej przewodniczyła prof. dr hab. Lilia Duskajewa, kierownik Zakładu Mediolingwistyki. Wygłoszono następnące referaty: *Newsy w medialnym dyskursie internetowym* (Swetłana Iwanowa, Leningradzki Państwowy Uniwersytet im. A. S. Puszkina); *Pozyskiwanie odbiorcy jako zasada działania komunikacji strategicznej (na przykładzie polskiego serwisu informacyjnego „Wiadomości”)* (Danuta Kępa-Figura, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej); *Strategie komunikowania o nagrodach i stypendiach dziennikarskich w Polsce po 1989 roku* (Iwona Hofman, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej); *Aspekt lingwopragmatyczny komunikacji strategicznej (na przykładzie kampanii po wyjściu Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej)* (Natalia Kolesnikowa, Uniwersytet im. M. Łomonosowa w Moskwie); *Uniwersytecka strona internetowa jako podmiot komunikacji strategicznej: modelowanie lingwopragmatyczne* (Tatiana Czernyszowa, Ałtajski Uniwersytet Państwowy); *Dyskurs radiowy i tekst radiowy w dobie nowych mediów* (Natalia Nesterowa, Tomski Uniwersytet Państwowy); *Struktura przekazu informacyjnego (jako wyznacznik wizerunku mediów)* (Jelena Kara-Murza, Uniwersytet im. M. Łomonosowa w Moskwie); *Strategie przycięgnięcia uwagi w radiu dziecięcym* (Alena Podviazkina, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej); *Rola hipertekstu dla odbioru współczesnego tekstu społeczno-politycznego* (Olga Proniczewa, Akademia Wojskowa im. A. Chrulewa).

Sekcja szósta, zatytułowana *Media regionalne jako zasób strategiczny władzy*, została poprowadzona przez dr Kamilę Nigmatullinę, pełniącą obowiązki kierownika Zakładu Komunikacji Medialnej SPbU oraz dr Olgę Dowbysz z Uniwersytetu Helsińskiego. W ramach tej sekcji poruszono następnące zagadnienia: *Administracyjny wpływ na rozwój mediów regionalnych* (Kamilla Nigmatullina, SPbU); *Właściwości współdziałania władzy i mediów lokalnych w małych miastach* (Olga Dowbysz, Uniwersytet Helsiński); *Modele rozwoju holdingów medialnych poszczęólnych regionów Rosji* (Sergej Smirnow, Uniwersytet im. M. Łomonosowa w Moskwie); *Strategie komunikacyjne regionalnych mediów internetowych Białorusi* (Aleksandr Gradiuszko, Białoruski Uniwersytet Państwowy); *Ekspansja moskiewskich sieci radiowych* (Ludmiła Krułłowa, Uniwersytet im. M. Łomonosowa w Moskwie); *Dialog prasy regionalnej z władzą regionalną: dramatyzm chwili obecnej* (Władimir Kozłow, Południowy Uniwersytet Federalny); *Wsparcie państwa dla mediów regionalnych jako „miękką siłą” w kontroli nad dyskursem medialnym* (Ałła Teplaszyna, SPbU).

Moderatorem sekcji siódmej – *Strategiczne zarządzanie komunikacją medialną* – był dr hab. Andrej Dorski, pełniący obowiązki kierownika Zakładu Zarządzania Komunikacją Masową. Sekcja skupiła następujących referentów: Maria Potolokowa, Julia Kuryszewa (SPbU) – *Narzędzia komunikacyjne w kształtowaniu stereotypów percepcji*; Kristina Murawiowa (Centrum Badawcze „Business & Technologies Group) – *Technologiczne aspekty projektowania anty-kryzysowych komunikacji medialnych w zarządzaniu informacją strategiczną*; Timur Zajnullin (SPbU) – *Mechanizmy realizacji fake-newsów przez pryzmat case-study*; Dmitrij Gorbatow (SPbU) – *Klasyfikacja sposobów walki z plotką w mediach masowych*; Galina Meńszykowa, Swetłana Jewstratczyk (SPbU) – *Strony internetowe organizacji publicznych: ocena stopnia zgodności z wymaganiami prawnymi i potrzebami użytkowników*; Michaił Bresler (Ufamski Naftowy Techniczny Uniwersytet Państwowy) – *Zwiększenie zaufania do informacji jako wynik współpracy mediów społecznościowych i masowych*; Anna Milukowa (Altajski Uniwersytet Państwowy) – *Komunikacja strategiczna w Internecie rosyjskich regionalnych holdingów medialnych*; Maria Orechowa (SPbU) – *Multiplatformowe strategie czasopisma „Russki Reporter”*; Dmitrij Szyszkin, Jelena Dazdorowa (SPbU) – *Korporacyjne media w systemie zarządzania komunikacją wewnętrzną przedsiębiorstwa*.

Sekcję ósmą (*Władza i społeczeństwo w Rosji – historyczny aspekt komunikacji strategicznej*) poprowadziła dr Olga Kruglikowa. W tej części zaprezentowano następujące referaty: *Zgoda społeczna jako strategia informacyjna przedreformowej Rosji* (Ludmiła Gromowa, SPbU); *„Pomiędzy carem a narodem”: zjawisko biurokracji rosyjskiej w ocenie publicystyki konserwatywnej drugiej połowy XIX wieku*. (Olga Kruglikowa, SPbU); *Pierwsze gazety radzieckie w Nowogrodzie: od uniwersalności do oficjalności* (Aleksandra Semionowa, Nowogrodzki Uniwersytet Państwowy); *Władza, prasa i kapitał – zasady współdziałania informacyjnego w drugiej połowie XIX wieku* (Konstantin Silantiew, SPbU); *Dialog z pradziadkiem: pozycja przewodniczącego Komitetu Nauki Ministerstwa Edukacji Narodowej N. Sonina podczas specjalnego spotkania dotyczącego sporządzenia nowej ustawy o druku (1905)* (Jelena Sonina, SPbU); *„ZSRR na budowie” jako nowy rodzaj czasopisma propagandowego* (Aleksandra Fiodorowa, SPbU); *Strategia komunikacyjna rosyjskiej władzy w okresie kryzysu w Kosowie w 1999 r.* (Julia Chakimowa, SPbU).

Terytorialnej komunikacji strategicznej poświęcona była sekcja dziewiąta. Jej obradom przewodniczyły prof. dr hab. Tatiana Kaminskaja i prof. dr hab. Ała Szesterina. Referaty dotyczyły następujących tematów: *Rola mediów elektronicznych w kształtowaniu społeczno-kulturowej przestrzeni regionu* (Ała Szesterina, Woroneski Uniwersytet Państwowy); *Walka narracji w strategii brandowania terytorialnego*; (Władimir Abaszew, Permski Naukowo-Badawczy Uniwersytet Państwowy); *Intencje komunikacyjne państwa – problemy monetyzacji projektów międzynarodowych* (Sergej Olejników, Przydniestrowski Państwowy Uniwersytet im. T. Szewczenko); *Zasoby symboliczne jako narzędzie kształtowania brandu miasta* (Stanisława Bazikian, Nowogrodzki Uniwersytet Państwowy); *Pytanie o ograniczenie alfabetu łacińskiego w wizualnej przestrzeni współczesnego rosyjskiego miasta* (Jelena Marinowa, Niżnonowogrodzki Uniwersytet Państwowy); *„Digital detox” jako produkt pozycyjny branży hotelarskiej i marketingu terytorialnego* (Natalia Beliakowa, Uniwersytet Naukowo-Badawczy Wyższa Szkoła Ekonomii); *Zaangażowanie jako podstawa komunikatywna miejskich nowych mediów* (Jelena Własowa, Permski Państwowy Narodowy Uniwersytet Badawczy); *Technologie cyfrowe w promowaniu terytoriów: storytelling* (Julia Taranowa, SPbU).

W ramach sekcji dziesiątej – *Kultura jako strategiczny zasób komunikacyjny* – pod przewodnictwem prof. dr hab. Jeleny Kaweriny z SPbU, zostały omówione takie problemy, jak: *Kultura cyfrowa – kultura komunikacji* (Michaił Stepanow, Petersburski Państwowy Uniwersytet Technologii i Designu); *Od literaturocentryzmu do marketingu: zmiana strategii w literaturze*

rosyjskiej (Marina Abaszewa, Permski Humanistyczno-Pedagogiczny Uniwersytet Państwowy); *Jak w ciągu 100 lat kształtujemy modę na czytanie: refleksje marketingowca z okazji jubileuszu Domu Książki* (Wiaczesław Dobrin, „Dom Książki”); *Platformy komunikacyjne współczesnego poety* (Stefania Danilowa, SPbU); *Blog korporacyjny jako przestrzeń dla dialogu socjokulturalnego* (Maria Litwinowa, „Petersburski Przemysłowy Bank Akcyjny”); „*The show must go on*”: *komunikacja wydarzeń jako forma rozwoju parków* (Marina Bereznaja, Petersburski Centralny Park Kultury i Wypoczynku im. Kirowa); *Przemysł muzyczny jako narzędzie promowania turystyki: Doświadczenie Korei Południowej* (Maria Dmitriewa, SPbU).

Sekcję ostatnią, moderowaną przez prof. dr. hab. Władimira Końkowa, poświęcono problematyce zjawisk precedensowych w komunikacji strategicznej. W ramach tej sekcji wygłoszono następujące referaty: *Precedensy i ich rola w mediatyzacji kultury. Doświadczenie Kazachstanu* (Dana Bajgożyna, Eurazyjski Narodowy Uniwersytet im. L. Gumilewa); *Imiona precedensowe w tekstach medialnych* (Marina Golokowa, Narodowy Uniwersytet Wychowania Fizycznego, Sportu i Zdrowia im. P. Lesgafta); *Toponimia precedensowa jako strategia ideologiczna* (Nina Bojkowa, Narodowy Uniwersytet Wychowania Fizycznego, Sportu i Zdrowia im. P. Lesgafta); *Generatywny potencjał kontekstu w cyfrowym środowisku medialnym* (Żanna Sładkiewicz, Uniwersytet Gdański); *Jesień patriarchy: wersja rosyjska* (Swetłana Smetanina, SPbU); *Slogan strategiczny w aspekcie kategorii mownych* (Tatiana Surikowa, Uniwersytet im. M. Łomonosowa w Moskwie).

Referaty prelegentów sesji mediolingwistycznych zostaną opublikowane w czasopiśmie Wyższej Szkoły Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej SPbU »Медиалингвистика«, znajdującym się na liście ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities).

Referaty pozostałych uczestników konferencji opublikowano w zbiorze artykułów *Komunikacja strategiczna w biznesie i polityce*, notowanym w systemie РИНЦ (rosyjskim indeksie cytowań naukowych).