

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры  
Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств

# **ТВОРЧЕСТВО И КРЕАТИВ В КОММУНИКАЦИЯХ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции  
Москва, 04 декабря 2020 г.

Москва 2021

**УДК 316.4 (082) + 070 (082)**

**ББК 60.524.224я431 + 76.оя431**

**Т 28**

Творчество и креатив в коммуникациях: теория и практика. Москва, 2021. 170 с.

Издательство МГИК

ISBN 978-5-14778-111-4



9 785947 786194 >

Научный редактор

С.А. Степанов, кандидат культурологии, доцент, заместитель декана факультета медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств МГИК по научной работе.

Рецензент: И.В. Бугаева, доктор филологических наук, зав. кафедрой общей и славянской филологии РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

Редакционная коллегия

А.Н. Чумиков, доктор политических наук, профессор кафедры коммуникационных технологий Московского государственного лингвистического университета; О.Н. Савинова, доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой журналистики Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; О.Н. Макушева, кандидат экономических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью факультета медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств МГИК.

*В контексте проблематики творчества и креатива в коммуникациях в сборнике рассматривается широкий круг вопросов. В статьях анализируются инновационные креативные практики в сфере рекламы, связей с общественностью, медиаиндустрии, профильном образовании. Выделяются креативно-коммуникационные составляющие сферы искусства. Материалы сборника могут быть использованы в научных исследованиях, в преподавании профильных дисциплин в высших и средних профессиональных учебных заведениях, а также в качестве рекомендаций для специалистов-практиков.*

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	5
<b>Раздел I. Теория и практика креатива</b>	
<i>Бударина О.А.</i> Коммуникации в эпоху пандемии.....	6
<i>Пичугин В.Г.</i> Ресурсы для креативной деятельности.....	11
<i>Вяткина О.Л.</i> Креативное мышление и его роль в рекламной деятельности.....	15
<i>Чумиков А.Н.</i> Смысловое позиционирование информации в медийном пространстве.....	18
<i>Малая О.Г.</i> Личность как проект в современных коммуникациях.....	26
<i>Муравьёва К.Ю.</i> Символические потенциалы и формирование образа цели в коммуникациях.....	32
<i>Фещенко Л.Г.</i> Креативный бриф: образцовый кейс.....	36
<i>Тетерникова В.С.</i> Методы семиотики в анализе рекламы.....	43
<i>Титова Е.П.</i> Корпоративная социальная ответственность в контексте устойчивого развития организации.....	55
<i>Макушева О.Н.</i> Тенденции, закономерности и неиспользованные возможности рекламного рынка России: пять сложных лет.....	61
<i>Филиппова Г.С.</i> Особенности fashion-коммуникаций в цифровом пространстве.....	69
<i>Бельская С.А., Ширяева М.Р.</i> Фотографические интернет-журналы в России: структурные, тематические, аудиторные аспекты.....	73
<i>Гладышева Е.О.</i> Реалити-шоу как фактор развития креативности личности.....	77
<i>Калашникова К.Ю.</i> Видеоконтент как эффективный PR-инструмент продвижения бренда в современных условиях.....	81
<i>Артамохина М.А.</i> Креативные стратегии и юмор в рекламе.....	85
<b>Раздел II Креативные технологии в образовании</b>	
<i>Савинова О.Н.</i> Цифровой формат коммуникации в образовательном процессе в высшей школе.....	90
<i>Мерзликина А.Ю.</i> Система непрерывного фотографического образования.....	94
<i>Хилько Н.Ф.</i> Фототворчество и мультимедийные технологии в современных образовательных технологиях курсов переподготовки.....	97
<i>Косогорова Л.В., Алексеенко Е.В.</i> Диалог культур как условие формирования творческой активности студентов в процессе художественно-творческой деятельности.....	101
<i>Павлова В.А.</i> Технологические основы организации деятельности современного хореографического коллектива.....	106
<i>Швырева Т.А.</i> Особенности профессиональной подготовки специалиста- дизайнера в решении креативных проблем городской визуальной среды.....	113
<i>Калеганова Т.А.</i> Использование online event-маркетинга в качестве креативно- коммуникационной технологии продвижения учреждения дополнительного профессионального образования.....	119

### **Раздел III Искусство как средство коммуникации и сфера креативных практик**

<i>Тарасов В.И.</i> Коммуникационная составляющая анимации – «содружество искусств».....	123
<i>Калус И.В.</i> Проблема коммуникации художественного гения.....	127
<i>Марутян А.Н.</i> Документалистика: смысл и время.....	132
<i>Рогинская Н.Э.</i> Звук как средство формирования коммуникационного пространства в кино.....	136
<i>Рогозянский М.Э, Робов Р.С.</i> Диффузия игрового и неигрового начал в кинематографе.....	139
<i>Бодрикова Н.Г.</i> Средства художественного декорирования керамической скульптуры в стилистике современных художников декоративно-прикладного искусства.....	145
<i>Бутина А.А.</i> Художественное стекло сегодня как феномен коммуникации человека с архитектурным пространством и ландшафтной средой .....	148
<i>Ведерникова М.А.</i> Рекламные плакаты «Русских сезонов» С.П. Дягилева .....	154
<i>Степанов С.А.</i> Коммуникационная составляющая литературной дискуссии державников-сталинистов, либералов и почвенников во 2-й половине XX века. ....	158
<i>Антонова К.И.</i> Коммуникация с современным писателем как литературоведческий метод.....	162
<i>Родин А.Л.</i> Креативный подход к методологии литературоведения на примере использования христианского антропологического метода при анализе произведений И.А. Бунина о любви.....	165