



# CONNECT UNIVERSUM

WEB-CONFERENCE  
MAY 29–30, 2012

INFLUENCE OF NEW MEDIA  
ON CONSCIOUSNESS AND BEHAVIOR  
OF YOUTH: INTERDISCIPLINARY APPROACH



КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Уважаемые коллеги!

Кафедра социальных коммуникаций Национального исследовательского Томского государственного университета приглашает аспирантов, докторантов, преподавателей и профессионалов-практиков, занимающихся проблемами социальной коммуникации, к участию в Международной научно-практической Интернет-конференции «Connect-Универсум 2012» (29–30 мая 2012 г.)

Тема конференции:  
**«Влияние новых медиа на сознание  
и поведение молодежи:  
междисциплинарный подход».**

Кафедра социальных коммуникаций Томского государственного университета проводит конференции под общим названием «Connect-Универсум» с 2004 года. По итогам конференций издаются сборники материалов. В 2009 году мероприятие впервые прошло в формате Интернет-конференции.

Основная идея «Connect-Универсума» — возможность прямого контакта, связи. Поэтому

Интернет-формат наиболее соответствует характеру проблематики социальных коммуникаций. «Connect» — это одновременно и условие, и результат формирования современных «интеллектуальных коммуникативных сетей» (по Р. Коллинзу); «невидимых колледжей» — групп ученых, работающих в новой исследовательской области. Здесь каждый может высказать свое мнение об исследуемом объекте и быть услышанным, т.к. в информаци-

онно-коммуникативном обществе любая точка земли, любой город и любой университет может стать активной ячейкой Сети, выступить инициатором коммуникации. Неважно, как далеко географически расположены друг от друга участники обсуждения. Важно, что им есть, что сказать друг другу.

В этот раз темой международного научного интернет-дискурса станет «Влияние новых медиа на сознание и поведение молодежи:



междисциплинарный подход». «Новые медиа», являющиеся результатом и, одновременно, условием дальнейшего развития цифровых технологий и сетевых коммуникаций, становятся чрезвычайно привлекательны для молодежи, и фактически являются одним из самых эффективных способов самовыражения, «расширения органов чувств» (Marshall McLuhan) в процессе электронной коммуникации. Однако их растущая популярность, обусловившая вовлечение в on-line коммуникацию огромного количества молодых людей имеет как позитивные, так и

негативные последствия и для участников коммуникации, и для общества в целом. Участникам конференции, представляющим различные области научного знания, предстоит обсудить потенциал влияния «новых медиа» на сознание и поведение молодежи.

**Участие в конференции и размещение материалов на сайте конференции — бесплатно.**

**Сайт конференции находится в разработке, адрес сайта будет сообщен дополнительно. Рабочие языки конференции — русский, английский.**

## Программа конференции

включает пленарные доклады и секционные заседания по следующим направлениям: философия, теория коммуникации, гуманитарная информатика, психология, нейрофизиология, социология, политология, культурология, семиотика, филология, теория журналистики, маркетинг, теория PR и рекламы, педагогика, социальная работа, организация работы с молодежью, практики новых медиа. Предполагается издание сборника научных докладов.

## ОРГАНИЗАТОРЫ:



Томский государственный университет  
<http://tsu.ru>



Томская региональная общественная организация «Стратегия успеха»



КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра социальных коммуникаций Томского государственного университета  
<http://pr.tsu.ru>

## ПАРТНЕРЫ:



Сибирское отделение Российской Ассоциации по связям с общественностью

Сибирское отделение Российской Ассоциации по связям с общественностью (СО РАСО)  
<http://sibraso.ru>



РИА НОВОСТИ  
РОССИЙСКОЕ АГЕНСТВО МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Томский медиацентр «РИА-Новости»  
<http://sibir.ria.ru/tomsk>

## СРЕДИ КЛЮЧЕВЫХ СПИКЕРОВ ПЛЕНАРНОЙ ЧАСТИ КОНФЕРЕНЦИИ И ЕЁ ЭКСПЕРТОВ:

### **Кристиан Банков** **(Kristian Bankov)**

доктор философии, профессор семиотики Нового Болгарского университета (София); глава Центра семиотических исследований Юго-Восточной Европы; директор лаборатории Sociosemiotic. Семиотику К. Банков изучал в Государственном университете Болоньи (Италия) под руководством известного философа, культуролога и семиотика Умберто Эко. Впоследствии им написано множество научных статей и несколько книг, среди которых: «Семиотические тетради. Вводные лекции по семиотике»; «Семиотика в действии». В настоящее время К. Банков исследует влияние поисковых систем (Google) на когнитивные способности молодых людей.

### **Артур Аза Бергер** **(Arthur Asa Berger)**

известный американский ученый и писатель, заслуженный профессор Государственного университета Сан-Франциско (Калифорния, США) в сфере телевидения и электронных коммуникаций. Автор более 100 научных статей и более 60 книг про проблематике теории и практики коммуникации, социологии, культурологии, семиотики. Его книги переведены на 9 языков, включая китайский. В России издана книга А. Бергера «Видеть — значит верить. Введение в зрительную коммуникацию».

### **Баронесса Сьюзан Гринфилд** **(Susan A. Greenfield)**

ведущий британский ученый, профессор фармакологии в Оксфордском университете, нейрофизиолог; член Палаты Лордов, Кавалер Ордена Почетного Легиона. Автор более 150 научных статей и ряда книг, среди которых: «Частная жизнь мозга», «“Завтрашние” люди: Как технологии 21-го века изменяют наше сознание и поведение»; «ID: Поиски идентичности в 21 веке». С. Гринфилд одна из первых ученых в мире, кто обратил серьезное внимание на необходимость изучения социальных сетей как технологии, изменяющей человеческое сознание и поведение.

### **Христо Кафтанджиев** **(Christo Kaftandjiev)**

доктор философии, профессор маркетинговых коммуникаций и семиотики факультета журналистики и массовых коммуникаций Софийского государственного университета (Болгария); почетный профессор IAAE (International Academy of the Authorised Education). Член жюри многих международных рекламных конкурсов. Читает лекции по рекламе, маркетинговым коммуникациям и семиотике на четырех континентах. Автор популярных книг, переведенных на несколько языков. Среди них: «Язык рекламы. Графика и текст», «Тексты печатной рекламы», «Гармония

в рекламной коммуникации», «Визуальная коммуникация», «Образы женщин в рекламе», «Семиотика Абсолюта», «Секс и насилие в рекламе». В настоящее время исследует влияние ново-медийных маркетинговых коммуникаций на молодежные целевые аудитории.

### **Марта Г. Расселл** **(Martha G. Russell)**

старший научный сотрудник Исследовательского Института гуманитарных наук и высоких технологий (H-STAR) при Стэнфордском университете (Калифорния, США); исполнительный директор группы Media-X; научный сотрудник Института инноваций, творчества и капитала (IC2) Техасского университета; инициатор и руководитель многих междисциплинарных программ для национальных агентств и консорциумов по проблематике исследования инновационных экосистем, СМИ и социальных медиа. Имеет докторскую степень в области политического анализа.

Ведутся переговоры по участию и других известных исследователей проблематики новых медиа и их влияния на человеческое сознание и поведение. Полный список ключевых спикеров и экспертов будет размещен в следующих информационных письмах.

## РЕЖИМ РАБОТЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

**Пленарная сессия** конференции состоится 29–30 мая в режиме Вебинара.

**Секционные заседания по направлениям** пройдут в форме Интернет-конференции.

Материалы участников к 29 мая 2012 года будут размещены на форуме конференции, где в течение двух недель будет проходить обсуждение докладов.

До 18 июня 2012 г. все желающие могут оставить свои комментарии и вопросы к докладам на сайте конференции. Убедительная просьба ко всем участникам дискуссии — при размещении своих вопросов и комментариев к докладам указывать свою фамилию и имя. 18 июня 2012 г. будет закрыта возможность добавления отзывов.

**По итогам конференции** до конца 2012 года будет опубликован сборник научных статей. Условия публикации будут сообщены дополнительно. Иногородние авторы получают свой экземпляр сборника по почте.

**Оргкомитет конференции:** кафедра социальных коммуникаций Томского государственного университета, г. Томск, Московский тракт, 8, офис № 419.

Тел. 8 (3822) 529 537

<http://pr.tsu.ru>

## ТРЕБОВАНИЯ К ДОКЛАДАМ ИНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦИИ:

- **Объем представленных материалов — 2–8 страниц формата А4.**
- **Параметры форматирования:**
  - шрифт — Times New Roman; размер — 12 пт;
  - одинарный междустрочный интервал;
  - поля: сверху и снизу — 2 см., слева–2,5 см., справа — 1,5 см.;
  - выравнивание текста абзацев – по ширине;
  - таблицы и рисунки должны быть вписаны в формат страницы;
- **Название статьи печатается по центру прописными буквами (с полужирным начертанием) без переносов и без точки в конце заголовка.**
- **Ниже через интервал по центру строчными буквами печатаются инициалы и фамилия(и) автора(ов) с указанием ученой степени и должности.**
- **В следующей строке по центру через запятую указываются название организации, города, e-mail.**
- **Ниже через интервал вводится текст доклада.**
- **Список цитируемой литературы в алфавитном порядке в конце текста.**

Организаторы оставляют за собой право выбора материалов для публикации в сборнике материалов конференции.

## УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦИИ:

Для участия в конференции необходимо **до 30 марта 2012 года** отправить заявку и аннотацию доклада в оргкомитет конференции на электронный адрес: [connect-universum2012@yandex.ru](mailto:connect-universum2012@yandex.ru) (с темой письма: Заявка на конференцию).

Полный текст доклада нужно прислать **до 30 апреля 2012 года** на электронный адрес: [connect-universum2012@yandex.ru](mailto:connect-universum2012@yandex.ru) (с темой письма: Доклад на конференцию).

**Текст доклада** в формате MS Word для размещения на сайте конференции и последующей публикации (в авторской редакции), оформленный в соответствии с требованиями;

**Аннотация доклада** предоставляется на русском и английском языках (не более 200 слов);

К высылаемым материалам необходимо приложить **цифровую фотографию автора**, желательно также сопроводить доклад видеопрезентацией, иллюстративными материалами.

## ЗАЯВЛЕНИЕ НА УЧАСТИЕ:

**В заявке указываются:**

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Место работы \_\_\_\_\_

Должность \_\_\_\_\_

Ученое звание, ученая степень \_\_\_\_\_

Название доклада \_\_\_\_\_

Тел., e-mail \_\_\_\_\_

Почтовый адрес для рассылки сборника \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_