

Шесть мифов о PR-профессии

За более чем десятилетнюю историю своего осознанного существования российский PR оброс массой слухов и мифов. PR-специалистов часто воспринимают как неких всемогущих волшебников, которые могут «пустой звук» превратить в яркое, красочное событие. Или как бездельников, которые получают деньги ни за что. Возможно, возникновению подобных образов способствовали сами PR-специалисты, поэтому именно им (еще и в силу специфики своей профессии) стоит взяться за деконструкцию подобных мифов. Решению этой проблемы будут посвящены «Круглый стол» и научно-практический преподавательский семинар «Public Relations — наука, образование и профессия», которые пройдут 10 и 11 апреля.

Гарри Р. Болан — преподаватель Колледжа изящных искусств и коммуникации Таусонского университета штата Мэриленд США (университет — участник PR-фестиваля), предлагает для обсуждения на «Круглом столе» шесть мифов. К примеру, такие: «Для успешной PR-кампании важен размер PR-отдела», «Практики в области Public Relations имеют небольшое влияние в «совете директоров» компании» и другие. Ознакомившись с заявленными темами, предполагаю, что дискуссия будет одинаково интересна как для практиков профессоров, так и для студентов.

По мнению последних, одним из самых распространенных является миф о «черном PR». Множество людей (зачастую с подачи СМИ) считают, что другого PR и не существует. Подобное словосочетание постоянно фигурирует во многих журналистских материалах, посвященных предвыборному процессу. Вследствие чего PR часто воспринимают как набор неких «грязных» технологий, способствующих достижению политических целей. К тому же, нередко PR представляют как нечто ужасное — оно покушается на наши свободы, ограничивает нас в информации и пытается манипулировать нашим сознанием и поступками. А самих специалистов в этой области — людьми без принципов и морали. В действительности, деятельность PR-специалиста заключается в том, чтобы своевременно, в соответствующем месте и ситуации предоставлять информацию общественности. Ведь основная функция PR-специалиста — информировать и образовывать.

К слову сказать, еще одно заблуждение по поводу этой сферы деятельности созвучно с тезисом, предложенным Гарри Боланом: PR — это только коммуникации с аудиториями, которые находятся вне организации, для внутренней же общности он не нужен и не важен. Зачастую именно из-за этого, довольно распространенного, мифа совершаются управленческие ошибки. PR — это не только коммуникации со СМИ, партнерами, клиентами, но в первую очередь, со своими сотрудниками. Непосвященные также заблуждаются в том, что PR важен только для крупных компаний и организаций, а малому бизнесу он не нужен. И крупному концерну, и маленькой фирме одинаково необходимо для соб-

ственного имиджа управлять информацией.

Не отвечает истине и представление о том, что Public Relations — это одна из разновидностей пропаганды или бесплатная реклама. Это неверно, поскольку обобщает и упрощает представление о PR и его целях. Реклама должна способствовать продажам, а PR — создавать репутацию, которая помогает продавать. Кроме того, существует мифическое заблуждение о том, что PR не требует бюджета, и поэтому к его помощи прибегают лишь в том случае, когда нет денег на «проплаченную» рекламу. Что на это можно ответить? Действительно, пространство в газетах и журналах, эфирное время на радио и телевидении предоставляется бесплатно, однако, средства нужны на организацию различных специальных мероприятий.

Надуманным является и утверждение, что «PR — это ложь и грязь». Принято считать, что специалист по Public Relations будет работать на кого угодно, лишь бы платили деньги. Все же это не общераспространенная практика, а единичные случаи. И в кодексе этических принципов Российской Ассоциации по связям с общественностью первым пунктом, черным по белому написано: «Деятельность консультанта или агентства, предоставляющих услуги в области связей с общественностью, должна исходить из общественного блага и не может наносить ущерб законным интересам, чести, достоинству личности... Участие в любых мероприятиях, ставящих под угрозу интересы общества или преследующих тайные, необъявленные публичные цели, решительно отвергается».

В заключение приведу еще одну цитату из профессионального кодекса РАСО: «*Практическая деятельность консультанта или агентства по связям с общественностью должна строиться на неукоснительном соблюдении принципов точности, правдивости и добросовестности передаваемой информации. Запрещаются любые попытки обмануть общественное мнение, а также использование ложных или вводящих в заблуждение сведений, распространение информации, причиняющей вред третьим сторонам, или применение ведущих к этому форм и методов работы».*

PR-специалист должен соблюдать все пункты кодекса этических принципов, и тогда не будут появляться нелепые слухи и мифы о Public Relations. А те люди, которые способствуют распространению ложного представления о PR, с большой натяжкой могут называться специалистами по связям с общественностью.

Анна КИМ



что они лучшие из лучших и достойны столь высокого титула.

Идея конкурса «PR в истории России» состоит в том, чтобы доказать, что PR не так молод, как кажется на первый взгляд. В истории нашей страны можно найти немало известных примеров более или менее удачного применения инструментов PR. Участники конкурса подготовили мини-спектакли о том, как исторические личности занимались в России налаживанием связей с общественностью задолго до того, как это стало видом профессиональной деятельности.

На конкурс пришли ролики не только из разных городов России, но и из Соединенных Штатов Америки. Каждый ролик — серьезная кропотливая работа всей команды. И



что более всего порадовало экспертный совет конкурса, так это разнообразие идей и профессиональность исполнения. Участники конкурса попробовали себя в роли режиссеров, актеров, сценаристов, костюмеров. Но сложность задания определяется еще и тем, что здесь очень важно не «перекреативить», ведь одним из критериев оценки является историческая достоверность спектакля!

Остается только дожидаться церемонии открытия — ведь именно там три команды, чьи ролики были признаны лучшими, представят свои работы гостям и участникам фестиваля. «Все флаги в гости будут к нам...» — именно так называется второй творческий конкурс — предложенный участникам. Демонстрация флагов, которые, по задумке оргкомитета, должны будут сочетать цвета и символику вуза и города команды, пройдет во время уже ставшего традиционным торжественного прохода участников фестиваля. Так что, в очередной раз задача конкурсантов усложняется тем, что нужно не только придумать флаг, создать торжественный и понятный всем символ, но и профессионально воплотить идею в жизнь.

И, наконец, абсолютно новым для фестиваля является конкурс «Король и Королева». Его особенность состоит в том, что победители будут выбраны всеобщим голосованием среди студентов-участников! Желающие получить столь высокий титул заранее прислали свои заявки в оргкомитет фестиваля. По анкете и эссе на тему «Почему я достоин/достойна стать королем/королевой?» были выбраны 14 полуфиналистов. На «Вечере знакомств» они предстанут перед публикой и покажут себя самой яркой стороной — ровно одна минута на сцене будет дана им на то, чтобы покорили своих избирателей.

После «Вечера знакомств» в предвыборной гонке останутся лишь три претендента на звание «Короля» и три претендентки на звание «Королевы». А дальше все будет зависеть только от них самих, ведь в рамках конкурса можно и нужно вести агитационную деятельность среди голосующих — более чем трехсот гостей фестиваля. Два дня будут открыты урны для голосования, и, смею предположить, развернется нешуточная королевская гонка, ведь каждый претендент уверен, что корона по праву должна принадлежать ему. Но нет сомнения, что будут выбраны лучшие, ведь выбор зависит более чем от 300 представителей профессии PR! Нет сомнения и в другом: конкурс «Король и Королева» обязательно станет еще одной прекрасной традицией PR-фестиваля в ЛЭТИ. Время расставит все на свои места и покажет, чьи работы окажутся лучшими, но, возможно, именно творческие конкурсы в первую очередь попадают в категорию тех, где «главное не победа, а участие»!

Илона ТАМАНИНА

Королевские гонки

Нетрудно заметить, что большинство студентов специальности «Связи с общественностью» являются творческими личностями, настоящими генераторами идей.

Ежегодно это доказывают участники PR-Фестиваля в ЛЭТИ. И седьмой фестиваль не стал исключением, ведь оргкомитет подготовил целых три творческих конкурса — «PR в истории России», конкурс флагов и «Король и Королева». Первые два задания — командные: студенты готовят их вместе и, в первую очередь, представляют свой вуз. А вот участники конкурса «Король и Королева» работают исключительно на себя, доказывая,

ЛИТЕРАТУРНЫЙ КОНКУРС

Мощь культурного пласта



В конце марта состоялся третий, заключительный тур первого Санкт-Петербургского Пушкинского студенческого конкурса искусств «В начале было Слово», посвященного 195-летию основания Царскосельского лицея. Конкурс был организован РГПУ им. А. И. Герцена совместно с Комитетом по науке и высшей школе, Комитетом по молодежной политике и взаимодействию с общественными объединениями Правительства СПб, а также Институтом русской литературы РАН «Пушкинский дом» и Санкт-Петербургским отделением союза писателей России. Проходил он в соответствии с «Планом межвузовских мероприятий и программ, проводимых координационным советом по воспитательной работе при совете ректоров вузов Санкт-Петербурга на 2006-2007 учебный год». Конкурс проводился в трех номинациях: поэтическое творчество, художественное чтение и авторская песня.

Первый тур проходил в вузах Санкт-Петербурга. Для участия во втором туре от 14 вузов было представлено около 80 индивидуальных заявок. В том числе, 32 заявки — от СПбГЭТУ «ЛЭТИ», из них 22 — от студентов ЛЭТИ и еще 10 — от студентов 8 других вузов города, посещающих занятия и

печатающихся в альманахе ЛИТО нашего университета. Второй тур проводился заочно. Жюри, в которое входили члены Союза писателей и сотрудники «Пушкинского дома», отобрало 30 работ — по 10 в каждой номинации — для участия в заключительном туре.

Из работ, поданных от ЛЭТИ, в третий тур прошли: студентка из ЛЭТИ (4 курс ФКТИ, староста ЛИТО) Надежда Баранова (в двух номинациях: «поэтическое творчество» и «авторская песня» — за вариант гимна ЛЭТИ, поданный ею прошлой весной на вузовский конкурс); учащаяся 1 курса магистратуры кафедры БМЭиОС ФПБЭИ, лауреат многих конкурсов Ольга Дьякова (в номинации «художественное чтение»); студентка 5 курса ГУФ, двукратный лауреат поэтического конкурса «ПОЭТому» Ксения Ранчина; студентка 5 курса ГУЭФ Мария Попова и студентка 4 курса ГУ-ВШЭ Анна Туркова. Во втором туре конкурса участвовал и лауреат конкурса «ПОЭТому», студент 4 курса ФЭМ Павел Беклешов. Третий тур конкурса проводился в очной форме. Многочисленное профессиональное жюри возглавлял председатель Петербургского отделения союза писателей России Борис Орлов. Сравнительно небольшое по числу участников общественное жюри состояло из представителей некоторых вузов, главным образом, это были филологи или профессиональные писатели.

Первое место по Санкт-Петербургу в третьем, заключительном туре в номинации «Поэтическое творчество» заняла студентка ЛЭТИ Надежда БАРАНОВА, второе место — студентка ГУЭФ Мария ПОПОВА, третье — студент из РГПУ. В номинации «Художественное чтение» третье место по Санкт-Петербургу заняла студентка ЛЭТИ Ольга ДЬЯКОВА (у нее это шестой по счету диплом победителя конкурса). Кроме того, один из членов жюри, сотрудник «Пушкинского дома» доктор филологических наук, член-корреспондент РАН Татьяна Сергеевна Царькова отметила исключительно высокий уровень, наличие «мощного культурного пласта» в творчестве Ксении РАНЧИНОЙ.

После объявления победителей и вручения дипломов и призов председатель жюри заявил, что данный конкурс будет проводиться ежегодно. Награждение же победителей первого (внутривузовского) тура, согласно положению о конкурсе и «Плану межвузовских мероприятий», предстоит провести администрации соответствующих вузов.

Алексей КОРОЛЁВ

Редактор О.И.ТУГАРИНА