

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ

В статье рассматривается проблема профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью, различные подходы к пониманию понятия «паблик рилейшнз», определяются основные этапы становления данного вида профессиональной деятельности в России.

Ключевые слова: ретроспективный анализ, специалист по связям с общественностью, «паблик рилейшнз».

В литературе встречаются различные точки зрения относительно истоков профессии специалиста по связям с общественностью (паблик рилейшнз, PR). Так, некоторые исследователи связывают на основе сохранившихся материалов, дошедших до нас из античного Египта, Ассирии и Персии, начало этой профессии с прославлением очередного правителя [1, с. 8]. Исследования ученых отечественной и западной школ позволяют представить периоды проблемы связей с общественностью. Актуальность проблемы обусловлена отсутствием единства в понимании термина «паблик рилейшнз» и точности в определении сферы его применения. Требуется пояснение: является ли паблик рилейшнз профессиональным видом деятельности, отличным от предшествующих видов коммуникативных технологий.

Обратимся к сути понятия: исследователи (М.А. Шишкина) принимают паблик рилейшнз за социолого-управленческий феномен, эволюция которого близка истории журналистики и СМИ (в частности в США), что, несомненно, указывает на связь между этими двумя видами информационно-коммуникативной деятельности [2, с. 103]; паблик рилейшнз рассматривается (Е. Дьякова и Е. Трахтенберг) как «социальная технология», «инструмент согласования и гармонизации интересов множества относительно независимых политических, экономических и социальных субъектов» [3, с. 9]; некоторые исследователи (Д.П. Шишкин) под паблик рилейшнз понимают «рыночную деятельность, направленную на формирование дополнительных конкурентных преимуществ организации или института» [4, с. 145].

Применительно к истории России такой вид профессиональной сферы деятельности, как связи с общественностью, окончательно формируется, по оценкам большинства исследователей, к концу 1980-х – началу 1990-х годов, что обусловлено возникновением профессиональных ассоциаций. Данная сфера деятельности в советский период была связана с агитацией и пропагандой, с применением PR-технологий, которые использовали работающие в то время в России зарубежные PR-структуры. В этот период происходит становление института профильного профессионального обучения.

В 1988 году в исполкомах Моссовета и Ленсовета впервые были созданы отделы по связям с общественностью, а специалисты этого профиля кроме политической сферы появляются в бизнесе, что сопровождается открытием соответствующих агентств («Имиджленд PR», «Николо М», «Имидж-Контакт» и др.). В середине 90-х годов

* © Кузнецова Н.О., 2014

Кузнецова Наталья Олеговна (nokurbatova@gmail.com), кафедра теории и методики профессионального образования Самарского государственного университета, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

отделы по связям с общественностью начинают функционировать в государственных корпорациях, российских промышленных компаниях, крупных фирмах. Формирование института связей с общественностью в России сопровождается созданием различного рода профессиональных объединений [5, с. 270–271], открытием Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) в 1991 году по решению Национальной рекламной ассоциации Московского государственного университета международных отношений (МГИМО), Союза журналистов России. Таким образом, происходит становление профессионального образования в области связей с общественностью: проводятся конференции и семинары, национальные конкурсы; издаются книги, учебно-методическая литература; переводится зарубежная литература; организуется сотрудничество между образовательными учреждениями в виде предоставления баз практик и стажировок для студентов, профориентационных мероприятий, спецкурсов. В 1999 году зарегистрирована Российская ассоциация компаний консультантов в области связей с общественностью (АКОС).

В 1993 году специальность по связям с общественностью открывает Санкт-Петербургский электротехнический университет, продолжая тенденции развития PR-образования в России. Первыми преподавателями профессиональных дисциплин в российских вузах становятся журналисты и политконсультанты. Большой популярностью в это время пользуются курсы и тренинги, проведение которых инициировали зарубежные специалисты в области PR, а позднее и отечественные PR-профессионалы [2].

Первый Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности 022000 «Связи с общественностью» в России принят 11 июня 1996 года Государственным комитетом РФ по высшему образованию, который в 2000 году был изменен и утвержден в редакции Министерства образования РФ совместно с Министерством иностранных дел РФ под шифром специальности 030602. По аналогии с зарубежными стандартами в 2003 году РАСО были разработаны и предложены квалификационные характеристики специалистов по связям с общественностью, на основании которых постановлением Министерства труда и социального развития Российской Федерации определены новые должности, включенные в общероссийский классификатор профессий: заместитель директора по связям с общественностью, начальник отдела по связям с общественностью, менеджер по связям с общественностью и специалист по связям с общественностью.

Подготовка PR-специалистов в России приобретает особое значение к середине 2000-х годов и входит в число наиболее популярных направлений: разработаны типовые учебные планы и рабочие программы, открыты специализации в обучении PR-специалистов по сферам деятельности организаций: политический PR, связи с общественностью в коммерческих структурах, в некоммерческих организациях.

Одновременно создается Российская ассоциация студентов по связям с общественностью (РАССО), а затем Ассоциации преподавателей по связям с общественностью (АПСО): увеличился объем изданий учебно-методической литературы, начал осуществляться выпуск специализированных периодических изданий, монографий; в конференциях принимали участие теоретики, PR-практики, студенты, преподаватели. Проводимые мероприятия, а также конкурсы и национальные премии в области PR стимулировали творческую и научно-практическую деятельность в данной сфере.

Подготовка специалистов по связям с общественностью существенно укрепила международные взаимоотношения в условиях мировых интеграционных процессов. Любой преподаватель или научно-педагогический коллектив, осуществляющий подготовку по специальности «Связи с общественностью», мог участвовать в проектах, публиковаться в ежегодном альманахе «Российская школа связей с общественностью», в составлении электронной научной библиотеки по связям с общественностью, во всероссийском конкурсе на «лучшую выпускную квалификационную работу в области рекламы и связей с общественностью» [6].

Деятельность общественных институтов способствовала популяризации подготовки PR-специалистов, подтверждением чего стали высокие проходные баллы на бюджетные места, большой набор на платное обучение в государственных вузах. Потребовались квалифицированные преподаватели, PR-практики.

Переход на двухуровневую систему профессиональной подготовки (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 марта 2010 года) сопровождается утверждением ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600. Реклама и связь с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»). В одном направлении подготовки были объединены две специальности, что привело к значительным изменениям в учебных планах, изменению перечня дисциплин и количества отводимых на них часов аудиторных занятий и самостоятельной подготовки; ряд обязательных дисциплин переходит в разряд «дисциплин по выбору»; открывается магистратура, что увеличило число поступающих на данное направление, так как абитуриенты стремились пройти обучение в рамках бакалавриата и магистратуры в одном учебном заведении.

Происходящие в данный момент в нашей стране процессы укрупнения и объединения ряда высших учебных заведений и связанные с этим организационные изменения оказывают влияние на реализацию учебного процесса в рамках разных специальностей и направлений. Среди задач, стоящих перед вузами, осуществляющими подготовку PR-специалистов, наиболее значимой является сохранение ориентированного на практику качественного образования при соблюдении требований государственных стандартов, что предполагает необходимость внедрения в образовательный процесс активных и интерактивных методов обучения студентов, организации практик и стажировок через налаживание партнерских связей с организациями и PR-агентствами.

Таким образом, подготовка к профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью требует определения результативной личностной характеристики, свидетельствующей о качестве образовательного процесса в вузе.

Библиографический список

1. Иванченко Г.В. Реальность Паблик рилейшнз. М.: Смысл, 1999. 156 с.
2. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. 448 с.
3. Дьякова Е., Трахтенберг Е. Что же мы хотим сертифицировать? // Советник. 2001. № 4 (64). С. 9–10.
4. Шишкин Д.П. История PR в России: проблемы периодизации // Петербургская школа PR: от теории к практике: сб. статей. СПб.: Роза мира, 2004. Вып. 2. С. 143–150.
5. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью. СПб.: Питер, 2007. 288 с.
6. Сайт Ассоциации преподавателей по связям с общественностью. URL: <http://www.apso-ru.ru>, свободный (дата обращения: 25.04.2014).

References

1. Ivanchenko G.V. Reality of Public relations. M.: Smysl, 1999. 156 p. (in Russ.)
2. Shishkina M.A. Public relations in the system of social management. Spb.: Izd-vo SPbGU, 2002, 448 p. (in Russ.)
3. D'yakova E., Trakhtenberg E. What do we want to certify? *Sovetnik*. 2001. no.4 (64), p. 9–10. (in Russ.)
4. Shishkin D.P. History of PR in Russia: problems of periodization, *Peterburg school of PR: from theory to practice: Collection of articles*. SPb.: Roza mira, 2004. Ed. 2, p. 143–150. (in Russ.)
5. Pochekaev R.Yu. History of public relations. SPb.: Piter, 2007, 288 p. (i Russ.)
6. Site of Association of Teachers on public relations. Available at: <http://www.apso-ru.ru>, free (accessed: 25.04.2014).

*N.O. Kuznetsova**

**TRAINING OF SPECIALISTS OF PUBLIC RELATIONS:
RETROSPECTIVE ANALYSIS**

In the article the problem of professional training of specialists in public relations is viewed, various approaches to the understanding of the concept «public relations» are also viewed, basic stages in the development of this type of professional activity in Russia are defined.

Key words: retrospective analysis, expert in public relations, «public relations».

* *Kuznetsova Natalya Olegovna* (nokurbatova@gmail.com), the Dept. of Theory and Methods of Professional Education, Samara State University, Samara, 443011, Russian Federation.