

*В.В.Попова,
Якутский государственный университет*

Некоторые особенности подготовки специалистов по связям с общественностью в регионах: проблемы и решения

С тех пор как стало очевидным, что профессия специалиста с профессиональным PR – образованием (пиарщик, пиармен, как только специалиста, будущего или настоящего, не называют, иногда, что греха таить, с определенным оттенком) достаточно прочно обосновалась в списке самых модных и востребованных профессий, «множество вузов поспешили получить лицензию на подготовку специалистов по связям с общественностью». Этими словами как приглашение к разговору ведущих специалистов в области PR в России об испытании спросом с гарантией соответствующего уровня качества подготовки начинается статья «Из грязи - в связи», опубликованная в экономическом еженедельнике «Деньги» (№ 4, 2005 г.). Показатели повышенного интереса к «модному направлению» приведены в газете «Комсомольская правда» от 15 апреля 2005г. в статье «Самые престижные вузы страны». В колонке о конкурсе поступления в 2004г. опубликованы следующие цифры: Государственный университет управления

– на специальности «Реклама» - 14,6; на «связи с общественностью» - 13,4 человека на место. Кафедра рекламы и связей с общественностью, начавшая свою деятельность 5 лет назад под крылом филологического факультета Якутского госуниверситета, согласно материалу статьи, тоже может быть причислена к таким поспешившим. Однако, не совсем соглашаясь с вышесказанным, позвольте привести некоторые доводы.

Огромный ресурсный, экономический, социально-культурный потенциал Республики Саха (Якутия) дает возможность выйти не только на общероссийский, но и на международный уровень, присоединиться к мировому сообществу. Однако информированность российской и тем более международной общественности, политических, финансовых и деловых кругов о достижениях республики в области экономики, науки, культуры, образования и др. на сегодня является недостаточной.

В нашей республике, как и в других субъектах Российской Федерации, назрела необходимость в специалистах широкого профиля в области управления посредством коммуникации.

Бесспорен авторитет PR – школ МГИМО, Московского и Санкт-Петербургского государственных университетов, которые считаются лучшими в подготовке специалистов. Но что делать, если в центральных вузах количество мест для поступающих ограничено, налицо дороговизна авиа-перелетов, проживания и т.д. Остается одно: готовить на местах.

Четкое представление о потребностях региона в кадрах, осознание важности сделанного шага, ответственности за качественную подготовку специалистов подвигли к решению об открытии специализации по связям с общественностью и рекламе на филологическом факультете. Специалистам сферы общественных коммуникаций необходимо фундаментальное гуманитарное образование, основательные «фоновые» знания дополнительно к владению современными рекламными и PR – технологиями. Учебный план, включающий 13 общих гуманитарных и социально-экономических, 4 общих математических и естественно-научных, 26 общепрофессиональных и профессиональных, 6 дополнительных дисциплин, составлен с учетом более конкретных требований к профессиональной подготовке утвержденного государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования специальности «Связи с общественностью». Прохождение практики в масс-медиа, PR –агентствах, информационно-аналитических, консалтинговых центрах укрепит приобретенные студентами теоретические знания и практические навыки. Достаточно ли это?

Видимо нет. Путь проб и ошибок привел к пониманию, что республике необходима подготовка специалиста не только знакомого со стандартным набором PR – технологий, но осознающего, что практическое применение знаний будет проходить в условиях региональной специфики, в республике с уникальным природно-климатическим фактором, с самобытными национальными обычаями и традициями, которые образовали особую ментальность северного человека, его открытость, радушие, приязнь. Но при этом разбирающегося в процессах внутривластной и международной жизни, строящего межнациональные, межэтнические и международные отношения, научное и культурное сотрудничество, стремящегося к созданию единого международного экономического, экологического, культурного и информационного пространства.