

Презенты фестиваля

Окончание. Начало на стр. 1.

Лучшая видеопрезентация. Здесь отличились студенты из МГИМО. Лейтмотивом выступления стала знаменитая фраза: «Лед тронулся, господа присяжные заседатели!». А в качестве иллюстраций — отрывки из советских фильмов.

Приз за оригинальность замысла уехал в город Казань с ребятами из Казанского государственного технического университета имени А. Н. Туполева.

В риторическом мастерстве равных не было Московскому государственному лингвистическому университету. (Неудивительно!). На сцене девочки-пионерки играли сцены из «агиток» советских времен — кажется, такой и была пропаганда достижений нашей страны. Хочется отметить работы студентов из Мичуринского государственного аграрного университета и нашего родного ЛЭТИ. Ребята получили призы как **самые активные участники фестиваля.**

«Летишники» рассказали о работе нового агентства «Кот в сапогах», но, если честно, мне больше запомнилось выступление Мичуринска. Начиналось оно со слов «Этим... занимаются все». Это — всего лишь PR. Зародился он, как выяснилось, давно: при Адаме и Еве. Но с течением времени претерпел некоторые изменения, о чем и поведали юные актеры. Их выступление отличалось также хорошо продуманным музыкальным сопровождением: помимо песен, звуков леса, дождя и грозы, ребята использовали гимн Российской Федерации и тем самым внесли патриотическую нотку в свое выступление.

После всех выступлений мне удалось поговорить с некоторыми из участников не только о конкурсе презентаций, но и о фестивале в целом:

— По какому принципу выбирают ребят, которые будут представлять вуз?

Декан гуманитарного факультета Мичуринского государственного аграрного университета М. Л. Алемасова:

— Наши студенты целый год живут фестивалем в ЛЭТИ. Попаста на него хотят все, даже за свой счет. Поэтому среди ребят существует «страшная» конкуренция. Приезжают, конечно, самые креативные и энергичные.

Фестиваль заряжает энергией и отличным настроением многих. Вот отзывы студента Южно-Уральского университета города Челябинска Ивана Шевнина:

— Я участвую в фестивале впервые и удивлен количеством работы, которую проделали организаторы этого мероприятия, ведь они дарят нам, участникам, такую прекрасную возможность познакомиться и пообщаться с интересными людьми, установить полезные деловые контакты.

А вот упомянутые выше ребята из Мичуринска приехали к нам уже во второй раз. Рассказывает студентка третьего курса гуманитарного факультета Юлия Зоткина:

— Мы очень счастливы, что нам удалось приехать. Когда нам прислали официальное приглашение на фестиваль, были безумно рады. В прошлом году, уезжая из Петербурга, мы бросали монетки в фонтан на Манежной площади, и все загадали одно желание — вернуться на следующий год. Мечты сбываются. Петербург — волшебный город.

Столько всего позитивного и доброго рассказали нам участники фестиваля, но и о проблемах, связанных с PR-деятельностью, забывать тоже не стоит. Многие студенты и преподаватели говорили о том, что на «малой родине» их порой не понимают. И приходится постоянно доказывать, что PR-специалист нужен не только в больших городах, но и в маленьких тоже. Поэтому особенно приятно, что здесь, в Петербурге, их принимают тепло и радушно.

Хочется пожелать всем участникам фестиваля удачи в решении всех своих проблем, во всех начинаниях и огромное спасибо за то, что смогли подарить столько незабываемых минут. Смело идите вперед навстречу новому и неизведанному и... viva профессия.

Анна СОЛОВЬЕВА

На PR-фестивале студенты не только учатся, но и показывают уже приобретенные навыки. Для наиболее талантливых и креативных участников, которые не могут оставаться в стороне от событий, объявлялись конкурсы, лучшим вручались призы.



Дипломанты фестиваля — студенты из Челябинска

Поколдуем... в профессии?

Глаза разбегаются, когда стоишь у дверей кафедры связей с общественностью и пытаешься выбрать из тринадцати мастер-классов всего три. Магия коммуникации, использование психологии для эффективного взаимодействия с журналистами, невербальная коммуникация. А имени-то какие! Хочется быть везде, «ухватить» мастерства у специалистов.

Недолго думая, 13 апреля направила я свои стопы в аудиторию, где сидел, методично раскачиваясь на стуле, президент консалтинговой группы «Имидж-контакт», вице-президент Российской ассоциации по связям с общественностью Алексей Петрович Ситников. Этот человек уже приобрел статус легендарной личности, и на мой вопрос, кто такой этот господин, неизбежно следовало: «Как, ты не знаешь Ситникова?»

Его мастер-класс назывался «Магия коммуникации». Напрашивается вопрос: почему такие серьезные люди говорят о магии? И какое отношение магия имеет к профессионализму? Оказывается, самое прямое, по крайней мере, по мнению Алексея Ситникова. Он считает, что магия — это своеобразная технология, которая «заверстана» таким образом, что не видна непосвящен-

ному человеку. И, как известно, непонятное мы склонны трактовать как сверхъестественное. Алексей Петрович даже провел «эксперимент», объяснивший присутствовавшим технологию манипуляции общественным сознанием. Пересказывать ее я не буду, она не нова, да и автор вряд ли обрадовался бы такой популяризации.

Марина Баканова, проводя мастер-класс, про магию не говорила, а советовала сконцентрироваться на психологии, которая помогает в общении с журналистами. Суть подхода: изучив психологические особенности каждого журналиста, с которым взаимодействует PR-специалист, работать с представителями СМИ индивидуально. С одной стороны, это разумно, но с другой — неясно, оправданы ли затраты времени и сил? Да и, кроме того, лучше всего не ис-

Один из конкурсов по традиции проводило коммуникационное агентство SPN Granat. Конкурсанты должны были подготовить проект летнего праздника для крупной западной производственной компании. Праздник был рассчитан на 4000 человек, и одним из условий был заданный бюджет мероприятия — участникам следовало уложиться в 100000 условных единиц.

Первое место заняли студенты из Южно-Уральского государственного университета города Челябинска. Они разработали проект «Летний пикник в зимнем формате», который предложили провести в Зимнем дворце. В качестве приза ребята получили возможность пройти практику в агентстве, которое учредило конкурс. Это поможет им получить практический опыт в области связей с общественностью.

В конкурсе на лучший логотип для студенческого отделения Российской ассоциации по связям с общественностью (РАССО) победил Михаил Позднев, студент Российского государственного гидрометеорологического университета. Как только объявили конкурс, он сразу заинтересовался этой возможностью проявить себя, и, как он утверждает, идея пришла почти сразу. За свою идею Михаил получил возможность участвовать во всех мероприятиях Балтийского PR уикенда («The Baltic PR weekend»), который пройдет в сентябре 2004 года.

Ольга БАРЕНБАУМ

следовать людей, с которыми общаешься, а попробовать их понять. Один из способов понять суть этой профессии — самому побывать в «шкуре» журналиста. Тогда пропадает необходимость в излишних научных изысканиях. Другой способ — постоянно общаться и налаживать дружеские контакты с представителями СМИ.

А о том, как это лучше сделать, речь шла на мастер-классе, посвященном невербальной коммуникации. Здесь Елена Витальевна Стругоцкая, преподаватель ЛЭТИ, рассказала, как понять друг друга без слов. Важность жестов, мимики, интонации и других элементов «невербалики» доказывать не нужно. Но вот как понять их значение и использовать свои знания? Этому и должен научиться тот, кто хочет эффективно общаться с окружающими.

А вообще все мы должны быть немножко волшебниками. Главное — не переборщить с живой водой и сон-травой.

Ольга РОМАНОВА

СТУДЕНЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ — В ЖИЗНЬ!

Большие и умные

Студенческая конференция «PRорыв» в этом году проводилась по четырем секциям: студенческие проекты — в жизнь, актуальные проблемы начинающих специалистов в области связей с общественностью, инструменты PR, специфика Public Relations в различных сферах деятельности и международные Public Relations.

В секции под названием «Студенческие проекты — в жизнь!» лучшим был признан доклад студента Ухтинского государственного технического университета Виктора Тельнова на тему «Public Relations в работе студенческой профсоюзной организации». Виктор рассказал об использовании PR-технологий и методов работы в профсоюзных структурах на примере своего университета. Нельзя не отметить, что Виктор является председателем профсоюзного коми-

тета. Он участвует в PR-фестивале впервые, но намерен приехать и на следующий год, тем более что такой большой во всех отношениях человек, как он (рост Виктора 2 метра 10 сантиметров), сразу запомнился всем участникам фестиваля.

На секции, посвященной актуальным проблемам начинающих PR-специалистов, победил Дмитрий Галкин, студент Мичуринского государственного аграрного университета. Его доклад был посвящен довольно необычной теме, а именно применению PR-технологий в такой социальной ячейке, как семья. Дмитрий утверждал, что именно PR-технологии могут способствовать формированию и сохранению крепких семейных уз. Главное, не доводить ситуацию до кризиса, а применять технологии для развития еще более дипломатичных отношений.

На секции «Студенческие проекты — в жизнь!» были также представлены несколько докладов, посвященных разработке студенческих изданий. Ребята из нашего университета «ЛЭТИ» рассказали о своем намерении создать специализированный журнал под названием «PR 4 U» для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». На данный момент ребята ищут пути реализации данного проекта. Также планируется в поддержку печатного издания выпускать «странички» онлайн.

На конференции было представлено много и других интересных работ, которые зачастую вызвали активное обсуждение, иногда перераставшее в полемику.

Ксения ЧИСТЯКОВА

Вот так школа!

Семинар «Школа трудоустройства» подготовили студенты гуманитарного факультета ЛЭТИ. В его организации участвовали также организаторы конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью «Хрустальный апельсин». На мероприятие были приглашены представители крупнейшей PR-агентства, рекрутингового агентства Kelly Services и Молодежного центра карьеры и трудоустройства Forward, а также выпускники петербургских вузов, уже успешно работающие в области связей с общественностью.

Специалист по подбору персонала в сфере маркетинга и продаж рекрутингового агентства Kelly Services, Яна Леоненкова проконсультировала студентов по вопросам составления резюме. Затем студенты сами составили свои резюме, лучшие из которых были размещены в разделе «Карьера» на web-сайте конкурса «Хрустальный апельсин», где их смогут увидеть потенциальные работодатели.

К.Ч.



«Большой человек» Виктор Тельнов — один из призеров фестиваля.