

А ведь тогда, в начале девяностых, кто только не пытался вернуть ее на землю, «образумить», доказать, что задуманное ею — никому не нужно, неосуществимо и как минимум преждевременно. Фантазии, одним словом. История о том, как заведующая кафедрой иностранных языков, воодушевленная поездкой в Америку, задумала начать в ЛЭТИ подготовку специалистов по неведомым Public Relations — и осуществила это! — знакома, наверное, каждому в нашем университете. Но давайте дадим слово самой Кире Алексеевне Ивановой, профессору кафедры «Связи с общественностью».

— Да-да, именно знание языков сыграло в этой истории решающую роль. По общественной линии у меня были постоянные контакты с Домом мира и дружбы, там-то мне и предложили в 1991 году поездку по Соединенным Штатам. Мы объездили немало городов, но меня больше всего интересовали университеты: тогда мы собирались начать подготовку высококлассных специалистов в области технического перевода и хотели привлечь к преподаванию реальных носителей английского языка. И вот, наконец, выдалась возможность побывать в университете штата Мэриленд. Знакомство с профессором Майклом Стенли — светлая ему память! — дало мне очень многое. Ну, во-первых, научило по-иному относиться к неожиданным поворотам событий. Когда он по нашему приглашению приехал в Петербург, то заявил, что никогда не занимался преподаванием языков, а является специалистом в области рекламы, публичных речей и теории коммуникаций. Ну, как можно было не увлечься тем, что он рассказывал о новой для нас науке общения, тем более, что все это тогда уже витало в воздухе!

Не буду вспоминать о том, чего стоило «пробить», сначала в университете, а затем в Минобразования новую специальность, скажу только, что очень помогла поддержка тогдашнего декана гуманитарного факультета профессора В.В. Калашникова и заведующего кафедрой социологии профессора И.П. Яковлева. А на заседании ректората, решавшего судьбу новой специальности, несмотря на сомнения ректора О.В. Алексеева по поводу самого названия «Связи с общественностью», ее активно поддержали первый проректор Д.В. Пузанков и проректор по международным связям А.Э. Янчевский. И вот, преодолев все препоны, летом 1992 года мы приняли первые 40 человек на специальность «Связи с общественностью». Впервые не только в Санкт-Петербурге, но даже в стране!

— Видимо, опережать время — ваше призвание?

— Мы тогда об этом не думали, но вот что интересно. Программа, которую мы готовили совместно с Майклом Стенли, была рассчитана на 4 года — именно столько готовили в американских университетах бакалавров. Но у нас были другие нормы, специалист должен был учиться пять с половиной лет, и пришлось программу «растянуть», как гармошку. Конечно, не механически: мы увеличили насыщенность программы за счет гуманитарных и специальных дисциплин, углубленного изучения языка — ведь первые годы преподавание Public Relations велось исключительно на английском, своих учебников еще не было. А сегодня — вот вам «прыжок» из прошлого в будущее — наш университет перешел на двухуровневую систему образования, и бакалавриат вновь стал актуален. С 2009 года уже начинаем готовить бакалавров по двум направлениям «Связи с общественностью» и «Реклама». За год с небольшим, что осталось до нового приема, предстоит составить новые программы и учебные планы, рассчитанные на четыре года. Теперь придется программу обратно «сжимать», но опять же не за счет сокращения этого наполнения.

— А не повлияет это на рейтинг специальности, на ее привлекательность для поступающих?

— Знаете, что показал опыт? Если бакалаврская программа хорошая — а как я уже говорила, мы старались вместить в нее все, что только возможно — то четырех лет для того, чтобы начать продуктивно работать по специальности, вполне достаточно. Недавно же наши студенты в массе своей работают, начиная с четвертого курса. А на пятом они уже практически профессионалы. Это не значит, что надо удовлетвориться этим уровнем — PR вообще такая сфера, что

# Воспоминания о будущем

**Ассоциация с названием некогда знаменитого фильма возникает невольно, когда Кира Алексеевна Иванова рассказывает о том, как все начиналось. История появления и становления в ЛЭТИ специальности «Связи с общественностью» в ее изложении превращается в рассказ о перспективах и горизонтах, о судьбах учеников и коллег, о развитии специальности, кафедры и высшего образования. Просто такой она человек, что прошлое для нее — лишь трамплин для того, чтобы оттолкнуться и лететь дальше.**



учиться, приобретать новые знания и новый опыт необходимо всю жизнь. Так что, думаю, мы ничего не потеряем, уместив подготовку наших специалистов в четырехгодичный период. А студенты только выиграют — ведь они смогут раньше войти в профессию, а продолжить образование им при желании ничто не помешает. Пока что Министерство не дает добро на подготовку магистров по нашему направлению, для этого необходимо дополнительное лицензирование. Трудно сказать, что будет потом, но сейчас, я считаю, образование, которое получают наши студенты за пять лет, скорее, на уровне магистерского.

— Полагаю, и с подготовкой магистерской программы у вас тоже не возникнет трудностей? В случае чего, вы ведь можете снова обратиться к опыту коллег из Таусонского университета.

— Разумеется, такой возможности мы не упустим, тем более что сотрудничество с университетом продолжается, его профессора — частые гости в нашем вузе. К тому же сегодня это будет легче — ведь мы теперь прекрасно представляем, каким должен быть PR-специалист высшей категории. Это не только человек, который умеет налаживать коммуникации, создавать имидж фирме, грамотно говорить и писать. На новом уровне развития коммуникативного пространства это, прежде всего, профессионал, умеющий оценивать ситуацию, действовать и принимать решения на уровне менеджеров высшего звена. Это диктуется потребностями самого бизнеса, его возросшей ответственностью перед обществом, причем не только перед акционерами и потребителями, но и перед собственным персоналом. Сегодня и в будущем от специалиста по связям с общественностью во многом зависит создание благоприятной атмосферы в трудовом коллективе, обеспечение информированности, создание коммуникационных каналов, то есть всего того, что называется корпоративной культурой.

— Кира Алексеевна, а кафедра в курсе дальнейшей судьбы ваших выпускников? И чем отличаются выпускники первых лет су-

ществования специальности от нынешних?

— Разумеется, мы следим за их судьбой, и прежде всего потому, что нам это очень интересно. Начну сразу со второй части вопроса. Дело в том, что наши первые выпускники 1998 — 2000 годов, прекрасно подготовленные, как в области общественных связей, так и во владении иностранными языками, оказались в самом тяжелом положении. Как вы помните, в девяносто восьмом разразился кризис с дефолтом, многие предприятия закрылись, фирмы разорились, банки рухнули. Да и потребность в PR-специалистах тогда еще не сформировалась: пробивались, как могли, кто-то уехал в Москву, кто-то — за границу. Но этот негативный опыт стал для них еще одним «университетом», и сейчас наши выпускники где только не работают! В банках, в офисах крупных компаний, на предприятиях и в некоммерческих организациях, причем многие занимают достаточно высокие должности. Я думаю, «виной» тому прекрасное образование, которое они получили. Да, им было трудно — трудно учиться, нелегко изучать совершенно новый предмет на английском языке, приходилось совершенствоваться и язык, и получать непростой опыт вхождения в профессию. Но это все себя оправдало.

**«Сегодня и в будущем от специалиста по связям с общественностью во многом зависит создание благоприятной атмосферы в трудовом коллективе, обеспечение информированности, создание коммуникационных каналов, то есть всего того, что называется корпоративной культурой.»**

Нынешним студентам в чем-то легче, а в чем-то сложнее. Программы уже обкатаны, вырос уровень и преподавания, и самих преподавателей, налажены связи со многими PR-компаниями, сотрудники которых тоже привлекаются к преподаванию, помогают студентам на практике войти в контакт с будущей специальностью. С другой стороны, возросли требования к специалисту, выросла конкуренция, и ребята, чтобы поспеть за временем, начинают профессионально работать еще в годы обучения, кто с четвертого, кто с третьего, а кто — чуть ли не с первого курса. Отлажена система практики — журналистской, технологической и преддипломной, причем студенты зачастую сами находят фирмы, издания, организации, где их могли бы принять на практику. В умении найти и наладить контакты тоже проявляется профессионализм — иначе какие они пиарщики! И если практикант себя проявил, доказал свою необходимость, есть шанс, что его и работать пригласят в ту же организацию после защиты диплома. Во всяком случае, за последние несколько лет я не припомню случая, чтобы кто-то приходил на кафедру и просил помочь ему устроиться на работу.

— Вы все о студентах да о кафедре, а о себе? Все-таки более сорока лет отдано работе в вузе, а вы все не успокаиваетесь, ищите что-то новое. Не устали?

— Об усталости и речи не может идти, столько еще неосуществленных планов! Работая с полной нагрузкой и полной ответ-

ственностью. Сейчас читаю курс «PR в некоммерческих организациях». Некоммерческая сфера — а это спорт, просвещение, культура, благотворительность и многое другое — стала последней, где начала формироваться потребность в грамотном пиаре. Прежде вообще отсутствовала подобная статья расходов. А тогда откуда и доходы — ведь НКО могут функционировать только за счет спонсорства и благотворительности. Значит, надо убедить потенциальных спонсоров в целесообразности вложения в них средств. Несколькими годами назад ездила в Таусонский университет, где на основе аналогичных курсов моих коллег подготовила новый курс «Связи с общественностью и средства массовой коммуникации», который, в отличие от американских аналогов, построен на нашем материале с учетом российской специфики.

Ну, а самым первым и любимым был курс «Введение в специальность», который я читала, начиная с первого года существования «Связей с общественностью». До того, как образовалась кафедра СО в 1997 году, я руководила так называемым направлением «Связи с общественностью», продолжая работать на кафедре ИНЯЗ. Вместе со мной в этой программе с первого дня ее действия начали работать и доценты моей кафедры Л.В. Азарова (ставшая впоследствии заведующей кафедрой СО), В.М. Кисельников и В.М. Шадрова. Благодаря усилиям этих «первопроходцев» и присоединившихся к ним коллег, эта программа успешно развивается и набирает обороты. Творческая атмосфера в коллективе способствует научному росту кадров, так, недавно у нас защищена первая докторская — доктором педагогических наук стала М.Е. Кудрявцева. Степень кандидата юридических наук получил Роман Почекаев, на подходе кандидатская диссертация и у Павла Слущкого.

Так уж сложилось, что те курсы, которые я разрабатывала и начинала преподавать, через год-другой переходили к более молодым коллегам. В настоящее время, продолжая читать лекции и консультировать студентов, я все больше сил и времени отдаю написанию учебников и пособий. Хочется сконцентрировать приобретенный опыт и сделать более доступными и популярными эти знания. Много и плодотворно сотрудничаю с издательским домом «Питер», там в 2005 и 2006 годах вышли две мои книги, как их называют студенты, «секреты» и «советы»: «Секреты составления рекламных и PR-текстов» и «Бесценные советы для настоящих PR-менеджеров». Совсем недавно завершилась работа над учебником «Ситуационный анализ», подготовленного совместно с «большим» университетом и университетом телекоммуникаций имени Бонч-Бруевича. А в кафедральном сборнике, вышедшем в 2007-м, моя глава посвящена теме, которая для меня очень важна, «PR в бизнес-коммуникациях».

— Кира Алексеевна, вы все время порывались сказать о минусах в вашей работе, но как-то не получалось. Так что же вас все-таки не устраивает?

— Минус только один. И кафедра, и специальность развиваются, первый выпуск в 98-м у нас был 40 человек, сейчас мы выпускаем по 100 ежегодно только на дневной форме обучения. Назовите мне какую-нибудь техническую специальность, на которой был бы такой выпуск? Мы участвуем в инновационной программе, разрабатываем новые курсы, издаем учебные пособия, естественно, все больше внимания уделяем индивидуальной работе со студентами. А это нелегко — ведь одновременно у нас проходят подготовку 500 студентов. Я вижу, в каких условиях работают наши преподаватели — в комнате, где стоят шесть столов и с десятком компьютеров, порой собирается до 40 — 50 человек. Консультировать студентов по дипломному проекту иногда приходится, пристроившись в коридоре на скамеечке. Причем, администрация вуза в курсе, и вроде бы всячески нас поддерживает, но ситуация все никак не меняется. И наши требования остаются «гласом вопиющего в пустыне».

А ведь мы много делаем, в том числе и для родного университета — и деньги зарабатываем, и имидж создаем. Если уж мы назвали университетом, необходимо и о гуманитарном образовании заботиться не меньше, чем о техническом.

— Спасибо, Кира Алексеевна, за содержательную беседу! Пожелаем же вам и кафедре «Связи с общественностью» благополучия, развития и процветания!

Беседовала Ирина ХРОМОВА

Редактор О.И.ТУГАРИНА