

Окончание. Начало на стр. 1.

PR-фестиваль: что нас ждет в этом году?

— Безусловно, ведь наш форум собирает не только студентов, он также вызывает большой интерес у преподавателей и других представителей PR-сообщества. Что касается научно-методического семинара, то в этом году темой обсуждения станут актуальные вопросы перехода на двухуровневую систему подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Еще одной особенностью фестиваля кроме смены формата является то, что в этом году он пронизан тематикой кризиса, что в принципе не удивительно. Кризис в целом сильно повлиял на сферу бизнес-коммуникаций, поэтому в этом году в рамках традиционного круглого стола «Позиционирование безопасной услуги в условиях кризиса» ожидается дискуссия между бизнесменами и журналистами. Основной темой для обсуждения будет утрата доверия потребителей, в особенности к таким сферам, как страхование, туризм и автомобильный бизнес. Задача мероприятия заключается в выработке стратегии по восстановлению доверия клиентов.

Еще одно мероприятие, посвященное тематике кризиса, — это семинар «Бизнес-коммуникация в условиях кризиса». В отличие от предыдущего на нем будут присутствовать только PR-специалисты (преподаватели и практики в области связей с общественностью). На семинаре руководители вузов выступят с докладами, в которых будут отражены изменения в отношениях к PR-деятельности, происходящие в регионах. Совместно будут выявлены тенденции и проблемы, связанные с PR в России.



— Как отразился кризис на участниках фестиваля? Все ли смогут приехать?

— Интерес к этому событию по-прежнему огромный. В этом году ожидается более пятидесяти российских вузов. Узнав о новом формате, некоторые присылают сразу по две-три команды. Приедет команда из Белоруссии.

Наш многолетний вуз-партнер из Таусонского университета (Мериленд, США) также участвует. Но, к сожалению, в целом количество как наших, так и зарубежных участников из-за кризиса уменьшилось. Мы уверены, что PR-кубок завоюет своих поклонников.

— Как вы думаете: чем помогает фестиваль

будущим PR-специалистам?

— Сейчас ни для кого не секрет, что многие студенты, обучающиеся на специальности «Связи с общественностью», находятся в некоем расстройстве, поскольку все только и говорят что о сокращениях и увольнениях PR-специалистов. Причем этот процесс затронул не только область связей с общественностью, но и рекламу, маркетинг, менеджмент. Фестиваль должен помочь студентам и преподавателям укрепиться в мысли, что на самом деле не все так плохо. В США, например, не наблюдается резких сокращений и увольнений, так как именно в условиях кризиса PR призван выполнять свою основную функцию — наладить коммуникацию между организациями и общественностью. То есть, вопреки страхам и опасениям, роль PR в условиях кризиса растет. Другое дело, что многие российские работодатели рассматривают PR как сервисную, дополнительную, а не как стратегическую функцию. Кроме того, нужно думать о будущем, кризис не вечен, и он скоро должен закончиться. Хотя выпускники этого года все-таки почувствуют его удар, а вот у студентов младших курсов есть источник оптимизма: ко времени их выпуска ситуация должна наладиться и особых проблем с трудоустройством не будет.

В целом долгосрочные прогнозы специалистов достаточно хорошие, а что будет дальше с ситуацией на рынке, мы увидим со временем. Фестиваль призван помочь будущим PR-специалистам: у них есть отличная возможность попробовать свои силы и проявить себя на практике, что, возможно, станет первой ступенью в их дальнейшей карьере.

Софья МОСТОВАЯ

«ПРОРЫВ-2009»

Апрельские тезисы

14 и 15 апреля в рамках ставшего уже традиционным фестиваля «PR — профессия третьего тысячелетия» пройдет студенческая конференция «PRорыв-2009», в которой примут участие будущие специалисты по связям с общественностью из разных регионов России.

Главное отличие конференции этого года от восьми предыдущих состоит в том, что она не будет делиться на секции по принципу «теория — практика». Теоретические и практические аспекты будут представлены в тематике секций и докладах участников в равной пропорции. Студенческая конференция предполагает работу двух площадок: секции I и секции 2.

В рамках первой секции участниками будут рассмотрены новые подходы к коммуникации в кризисных ситуациях. В ходе второй части конференции речь пойдет о проблемах трудоустройства молодых специалистов на рынке деловых коммуникаций. Эти проблемы становятся особенно актуальными в условиях глобального экономического кризиса.

Экспертный совет, состоящий из преподавателей кафедры СО и студентов гуманитарного факультета, выберет лучшие тезисы и проекты, авторы которых выступят с презентациями на секциях.

«При отборе тезисов будут учитываться, прежде всего, такие критерии, как злободнев-

ность, глубина мысли и возможность практического применения результатов студенческих проектов, — говорит преподаватель кафедры СО В.М. Кисельников. — Надеюсь, что доклады и презентации будут высокого уровня и единственной трудностью для жюри станет определение лучших докладчиков».

Как и восемь лет подряд, в этом году организаторы конференции предложили участникам актуальные и увлекательные темы для размышлений. Впоследствии для многих участников конференции проблемы, затрагиваемые в сообщениях и докладах, станут темами курсовых и дипломных работ, а также предметом научных разработок и исследований.

В оргкомитет за время подготовки к фестивалю поступило более семидесяти наборов студенческих тезисов. Из всех участников, подавших заявки, только двадцать авторов получат эксклюзивное право выступить с презентацией своих работ на секциях.

В иностранный легион участников в этом году вошли представители как ближнего, так и дальнего зарубежья — это группа студентов Гродненского государственного университета республики Беларусь и американский студент Ребин Вонг из университета города Таусон. Его проект посвящен молодежной культуре и социальным СМИ в России, Китае и США.

Феодор КЛЮШИН

НАШИ СПОНСОРЫ

Присмотреться друг к другу

Наш фестиваль — это, прежде всего, социальный проект. Он помогает студентам лучше разобраться в тонкостях будущей профессии, поучиться у профессионалов и реализовать свой творческий потенциал. Сложность реализации такого проекта заключается в поиске денежных средств и иных ресурсов. О том, как организаторы справляются с этой задачей, нам рассказал Павел Александрович СЛУЦКИЙ, старший преподаватель кафедры «Связи с общественностью», руководитель пресс-центра фестиваля.

— Павел Александрович, какие организации являются постоянными партнерами фестиваля?

— Наши постоянные партнеры — Комитет по молодежной политике Санкт-Петербурга, Северо-западное отделение Российской ассоциации по связям с общественностью и коммуникационное агентство SPN Ogilvy. Кроме того, у фестиваля есть партнеры.

— И кто же именно поддерживает фестиваль в ЛЭТИ?

— Партнеров можно разделить на две категории: во-первых, это спонсоры — те, кто поддерживают нас с финансовой и организационной стороны. Есть также информационные партнеры — те, кто оказывает нам коммуникационную поддержку. Уже второй год генеральным спонсором фестиваля выступает «Банк ВТБ Северо-Запад». На столах во время мероприятия будут продукты от компании «Хлебный дом», и чай — от компании Tess, с которой в

этом году мы сотрудничаем впервые. Задания и кейсы для турнира нам «выдают» Комитет по молодежной политике, коммуникационное агентство «АГТ Северо-Запад», журналы «Собака.ru» и «Time Out Петербург». Вот уже много лет подряд зал для фестиваля украшает воздушными шариками компания «Шарики.spb.ru». Призы для победителей предоставляют издательский дом «Питер» и магазин «Буквоед», кинотеатр «Мираж» и магазин одежды «Ромашка». Что касается информационной поддержки, в этом году нашими главными информационными партнерами стали газета «Деловой Петербург» и радиостанция «Эхо Петербурга». Также мероприятия фестиваля будут освещать Балтийское информационное агентство, газеты «Мой район», «Пара», «Труд», «Новые рубежи», профессиональные информационные порталы «Pr-life» и «Pr-info».

Окончание на стр. 4.

МНЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТА

«Везде — своя изюминка...»

— Владимир Вячеславович, когда вы впервые побывали на студенческом фестивале в ЛЭТИ?

— Впервые команда МГЛУ, которой мне довелось руководить, приняла участие в фестивале семь лет назад. Это был второй по счету форум. Так что мы гордимся тем, что присутствовали практически при рождении этого замечательного мероприятия. Тогда, в 2003 году, нас привлекло, прежде всего, само название «PR — профессия третьего тысячелетия». Это было интригующе, звучало перспективно и чувствовалось, что участие в таком мероприятии будет, несомненно, для нас полезно. Так оно и оказалось. С тех пор мы не пропускаем ни одного фестиваля и надеемся продолжать эту хорошую традицию.

— Почему вы продолжаете приезжать на фестиваль в Петербург со студентами, чем вас привлекает это мероприятие?

— Всякий раз, участвуя в фестивале, по своей сути ставшем уже международным, мы получаем не только заряд бодрости, опти-

Одним из постоянных участников PR-фестиваля в ЛЭТИ является Московский государственный лингвистический университет. Командами из МГЛУ бессменно, с 2003 года, руководит Владимир Вячеславович МЕХОНЦЕВ, заведующий кафедрой журналистики и связей с общественностью московского вуза. Владимир Вячеславович поделился с нами своими впечатлениями о ранее состоявшихся фестивалях.

мизма, но и приобретаем новых друзей, новые знания, учимся по-новому оценивать, казалось бы, уже известные вещи. Фестиваль привлекает и меня, и наших студентов возможностью обменяться мнениями, опытом, поведаться с хорошими добрыми друзьями, испытать себя в конкурсных состязаниях, проверить уровень своей подготовки.

— В чем, по вашему мнению, заключается важность фестиваля в ЛЭТИ для студентов, преподавателей, для российского PR-сообщества в целом?

— За годы участия в фестивале у меня сложилось твердое убеждение в том, что это крайне необходимое мероприятие. Своеобразный форум идей, новых наработок. Это то место, где можно обсудить с коллегами и

практиками PR самые актуальные и насущные проблемы преподавания наших дисциплин, скорректировать некоторые наши подходы к подготовке специалистов по связям с общественностью в соответствии с требованиями времени и реальными потребностями будущих работодателей. А это в условиях нынешнего кризиса мне представляется очень нужным и полезным. Обмен мнениями и опытом с нашими зарубежными партнерами, студентами и преподавателями, который постоянно происходит во время фестиваля, является, на мой взгляд, бесценным. Он позволяет понять тенденции развития PR и PR-образования в международном масштабе. В нашем глобализирующемся мире это тоже необходимо.

— В каких еще подобных студенческих мероприятиях вам приходилось участвовать? И чем отличается петербургский PR-фестиваль от остальных мероприятий подобного плана?

Ежегодно мне доводится принимать участие во Всероссийской студенческой олимпиаде по связям с общественностью в Казани, участвовал в студенческом форуме «Сфера», проводимом факультетом государственного университета, в конференциях Нижегородского лингвистического университета. Недавно довелось побывать в Мичуринске на научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых преподавателей в Государственном аграрном университете. Каждое из этих мероприятий по-своему интересно и полезно. Сравнить их, я полагаю, даже не стоит — в каждом есть своя «изюминка». Петербургский же фестиваль отличается от других мероприятий уже тем, что проводится в культурной столице России, что дает возможность более содержательного времяпровождения. Ведь любое из студенческих мероприятий — это не только конкурсы, соревнования, круглые столы и научные семинары.

Беседовала Алиса ЛЮХОНЯ