

PR В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ: НАЧАЛО СТАНОВЛЕНИЯ И ЕГО ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ.

С.В. Шпаковская

Пензенский государственный университет

Оценивая 90-е годы XX века как период становления PR-образования в России, необходимо отметить, что общепризнанной модели специалиста по связям с общественностью в это время так и не сложилось. В ряде вузов она напоминала модель специальности «журналистика», в других готовили специалистов по работе с персоналом или социологов, в третьих, включая периферийные, преподавались такие дисциплины, как мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность, современные международные отношения – специфические предметы, более свойственные МГИМО, нежели региональным учебным заведениям. Это – период первой волны всеобщего интереса к данной профессии, которая в это время вошла в группу специальностей социального профиля и, несмотря на свою относительную новизну, стала важным явлением социального образования.

В то же время уже тогда для многих преподавателей данной специальности было очевидно, что потребности жизни не ограничиваются только подготовкой специалистов, занятых обеспечением связей государства, бизнеса и человека с общественностью, но и требуют ее дифференциации, модификации для разных условий жизни, сфер деятельности, национально-культурной аудитории.¹

Что же касается Госстандарта, по которому в этот период времени осуществлялась подготовка специалистов связей с общественностью, то, по мнению целого ряда представителей педагогической общественности, его отличала слабая насыщенность специальными дисциплинами, позволяющими учитывать особенности деятельности их в разных национально-культурных и социально-территориальных контекстах. Относительно слабо были представлены и дисциплины, обеспечивающие технологическую подготовку кадров.²

С другой стороны, приобретение студентами сугубо технологических навыков, также считалось явно недостаточным, поскольку при серьезном преподавании коммуникативистики как науки, энциклопедический уровень познания будущего пиарщика совершенно необходим. Это требование является наиболее актуальным именно для региональных вузов, поскольку в регионах сеть структур по связям с общественностью с четким разделением функций занятых в них специалистов еще только формируется. В этих условиях выпускник вуза должен быть готов действовать в самых различных обстоятельствах.³

¹ Григорьев С.И. Будущее PR-образования в России//Обучение и карьера. 2004. №36. С.22.

² Григорьев С.И. Будущее PR-образования в России//Обучение и карьера. 2004. №36. С.22.

³ Шаронов Д.И. Будущее PR-образования в России//Обучение и карьера. 2004. №36. С.26-27.

Не смотря на то, что специалисты по связям с общественностью в российских вузах готовились в первую очередь для нашего внутреннего рынка, их подготовка в области изучения иностранных языков, позволяющая им вполне успешно находить себе работу за рубежом, также имела большое значение. Наличие в Госстандарте курса по профессиональному иностранному языку в этом плане представлялось очень важным. Хотя при этом количество часов в учебном плане подготовки специалистов по связям с общественностью, выделяемое на изучение иностранного языка, многие преподаватели отмечали как явно недостаточное.⁴

Интересно, что те студенты специальности связи с общественностью Пензенского госуниверситета, которые в конце 90-х – 2000 гг. сумели поработать за границей, также отмечали, что знание одного языка и, прежде всего, английского, сегодня уже явно недостаточно, в связи с чем необходимо изучение как минимум двух иностранных языков для студентов данной специальности. При этом в ПГУ такое обучение в самом начале заявлялось, однако реально осуществить его не удалось. И только в настоящее время здесь стало возможным вполне профессионально выучить даже японский язык!

В то же время, касаясь модели современного специалиста по связям с общественностью, представители российской педагогической науки отмечают, что в условиях развития системы российского высшего образования ни в коем случае нельзя терять его фундаментальную основу. В связи с чем подготовленным специалист по связям с общественностью должен быть и психологом, и социологом, уметь хорошо писать, владеть методами анализа различной информации, а самое главное – уметь общаться с самыми различными людьми, т.е. владеть теорией, методологией и практикой.⁵

Можно сказать, что организация подготовки кадров в России происходила в достаточно сложных условиях, но облегчалась тем, что происходила отнюдь не на пустом месте, а имела в своей основе прочную многолетнюю академическую систему российского образования, сложившуюся за предшествующий период времени. В стране имелась значительная прослойка преподавателей гуманитарных дисциплин, а также ранее подготовленных пропагандистов и агитаторов, которые могли осуществить подготовку новых кадров и стать специалистами-прикладниками по связям с общественностью. Возникшая социальная потребность была реализована в большинстве случаев через инициативу отдельных специалистов в различных, в том числе и региональных вузах страны, в которых было открыто обучение по данной специальности.

⁴ *Филимонова Г.И.* О специфике преподавания английского языка специалистам PR//Статус специалиста по связям с общественностью и его профессиональная подготовка. Материалы научно-методической конференции. СПб. 1999.С. 142-145.

⁵ *Шутов А.* Специалисты по связям с общественностью только стали появляться// обучение и карьера. 2004. №36. С.27.