

**Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
Факультет государственного управления**

Третья Всероссийская научно-практическая конференция

**Связи с общественностью как
интегрированное научное знание
периода открытого
информационного общества**

13 января 2006 г.

Сборник материалов конференции

Москва
Издательство «Флинта»
Издательство «Наука»
2006

*Тетерсон
И.Р.*

Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
Факультет государственного управления

Третья Всероссийская научно-практическая конференция

**Связи с общественностью как
интегрированное научное знание
периода открытого
информационного общества**

13 января 2006 г.

Сборник материалов конференции

Москва
Издательство «Флинта»
Издательство «Наука»
2006

УДК 17.022
ББК 87.75
Т66

Т66 **Третья** Всероссийская научно-практическая конференция «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества»: сборник материалов конференции. — М.: Флинта: Наука, 2006. — 120 с.
ISBN 5-89349-932-8 (Флинта)
ISBN 5-02-034606-3 (Наука)

Книга знакомит читателя с материалами Симпозиума «Информационно-аналитическая работа в связях с общественностью» и обсуждением методики преподавания одного из разделов курса «Теория и практика связей с общественностью» — «Отношения со СМИ». Материалы были представлены на Третьей Всероссийской конференции «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества», которая проходила на факультете государственного управления МГУ им. М.В. Ломоносова 13 января 2006 г.

Книга предназначена для студентов и преподавателей, работающих в области связей с общественностью, а также для практиков.

УДК 17.022
ББК 87.75

**Третья Всероссийская научно-практическая конференция
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ИНТЕГРИРОВАННОЕ НАУЧНОЕ
ЗНАНИЕ ПЕРИОДА ОТКРЫТОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**
Сборник материалов конференции

Подписано в печать 19.12.2005 г. Формат 60×88/16.
Усл. печ. л. 7,4. Уч.-изд. л. 6,2.
Тираж 300 экз. Изд. № 1175

ООО «Флинта», 117342, г. Москва, ул. Бултерова, д. 17-Б, комн. 345
Тел./факс: 334-82-65; тел. 336-03-11
E-mail: flinta@mail.ru, flinta@flinta.ru
WebSite: www.flinta.ru

Издательство «Наука», 117997, ГСП-7, г. Москва В-485, ул. Профсоюзная, д. 90

ISBN 5-89349-932-8 (Флинта)
ISBN 5-02-034606-3 (Наука)

© Авторы статей, 2006

Предисловие

Программа Третьей Всероссийской конференции «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества» была разделена на две части. Первая представляла собой Симпозиум, посвященный информационно-аналитической деятельности специалиста по связям с общественностью. Участники Симпозиума, ознакомившись с тезисами основных докладов заранее, могли представить свое мнение относительно разных аспектов этой проблемы и осветить ее с позиций разных наук, которые составляют основу связей с общественностью. Вторая часть — более практическая — имела целью познакомить участников конференции с конкретными методиками, заданиями и учебными материалами, которые используются в курсе «Теория и практика связей с общественностью» в разделе «Отношения со СМИ».

Организаторы Конференции надеются, что как теоретическая, так и практическая часть представленных материалов будет с успехом использована для продвижения связей с общественностью как научной дисциплины и профессии.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

<i>В.А. Ачкасова</i> , Аналитика как вызов времени: новые образовательные ориентиры в сфере связей с общественностью	4
<i>И.М. Быховская</i> , PR-поддержка формирования валеологического сознания: аналитические предпосылки проектной деятельности	20

Симпозиум «Информационно-аналитическая деятельность в связях с общественностью»

<i>Л.В. Бондарева</i> , Роль НГО в создании имиджа России	31
<i>О.Н. Бушмакина</i> , Коммуникативная реальность на пределе смысла: конец PR?	38
<i>Е.В. Быкова</i> , Диалог как базисный концепт в преподавании дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»	42
<i>К.В. Киуру, Д.В. Стукалов, А.А. Найн</i> , Дидактические аспекты преподавания методов маркетингового анализа в PR	46
<i>В.Г. Ковтун</i> , Проблемный репортаж на современном отечественном телевидении	54
<i>Л.В. Минаева</i> , Трудности работы с текстом как источником информации	56
<i>Т.М. Орлова</i> , Доверие как продукт коммуникации в социальном контексте	63
<i>Е.П. Савруцкая</i> , Связи с общественностью или коммуникационный менеджмент? (тенденции и перспективы интеграции)	70
<i>И.Г. Садовин</i> , Некоторые особенности проведения информационных кампаний в регионах	76
<i>Л.К. Салиева</i> , Информационный аспект деятельности специалиста по связям с общественностью	82

Лаборатория педагогического мастерства

<i>К.А. Иванова</i> , Роль практики в учебном процессе и типология заданий в курсе «СО и СМК»	90
<i>К.В. Киуру, Д.В. Стукалов, А.А. Найн</i> , Технология обучения организации мероприятий для СМИ: аспекты профессионального мастерства	93
<i>А.Д. Кривоносов</i> , Методология и технологии обучения PR-тексту	97
<i>М.В. Луканина, Л.В. Минаева</i> , Ролевая игра как технология обучения связям со СМИ	101
<i>И.Р. Петерсон</i> , Опыт организации практики у студентов специальности «Связи с общественностью» в Красноярском госуниверситете	106
<i>Д.К. Сабирова, Н.Г. Швед</i> , Подготовка специалистов по связям с общественностью: инновационные методики	110
<i>О.Г. Филатова</i> , Использование метода CASE STUDY в преподавании курса «Связи с общественностью»	113
<i>Ю.Б. Шагбанова</i> , Опыт преподавания курса «Теория и практика связей с общественностью» на гуманитарном факультете КГТУ им. А.Н. Туполева	117

ции принял решение заключить контракт с западноевропейской страной по ввозу отходов с территории этой страны. Жители выступили с протестом, их поддержали СМИ.

Кроме того, в игре должен быть заложен эффект неожиданности. Поэтому, помимо общего сценария, в котором изложена ситуация, и «журналисты», и «администрация» получают дополнительные материалы, содержащие информацию, неизвестную другой команде. Разница в качестве и количестве информации проявляется особенно ярко на этапе интервью, когда происходит весьма нелицеприятная встреча журналиста с главой администрации.

Таким образом, данная ролевая игра помогает проверить овладение студентами навыками публичного выступления (речь главы администрации), ведения полемики (ответы на вопросы журналистов и интервью), а также навыками подготовки документов для прессы. Ее можно рассматривать и как технологию обучения, и как средство контроля.

Опыт организации практики у студентов специальности «Связи с общественностью» в Красноярском госуниверситете

И.Р. Петерсон, Государственный университет г. Красноярск

Реализация компетентного подхода в образовании является безусловным ответом на вызовы времени.

Переход от знаниевой парадигмы к компетентностной требует разработки новых подходов как к содержанию теоретического обучения, так и к принципам организации практики. Знания, умения, навыки — это единицы культуры, несущие в себе приоритетные культурные ценности. В отличие от них компетентность — это единица прежде всего рыночной, социально ориентированной экономики. Требования рынка вполне определены — нужны люди, не столько знающие, сколько обладающие определенным набором компетентностей, необходимых для

успешного освоения профессии специалиста в сфере общественных связей.

Практика по специальности «Связи с общественностью» является очень важной составной частью учебного плана подготовки студентов. Цель практик — закрепить в ходе практической деятельности знания и навыки, полученные в процессе обучения по специальности. В ходе практики студенты приобретают навыки по различным видам профессиональной деятельности, что способствует их становлению в качестве полноценных высококвалифицированных специалистов.

Задачами ознакомительной практики являются: формирование практических навыков организации и проведения различных коммуникационных кампаний. Студенты знакомятся с организацией работы современных пресс-служб, агентств по связям с общественностью, также принимают участие в планировании и организации рекламных, пропагандистских, информационных кампаний, обучаются использованию методик и техник проведения опросов общественного мнения.

Особенностью учебно-производственной практики является включение в реальную деятельность специалиста по связям с общественностью. Практика проходит в СМИ, где студенты совершенствуют свои профессиональные знания, умения, навыки. В рамках учебно-производственной практики проводится экспериментальная часть курсовой работы, т.е. набирается фактический материал, который должен стать эмпирической частью. Студенты реально овладевают навыками:

- организации связей со СМИ, информационными и рекламными агентствами, государственными структурами, органами законодательной и исполнительной власти;
- организации пресс-центров, пресс-служб, отделов печати, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей;
- выполнения аналитических работ, планирования и организации PR-мероприятий и PR-кампаний;
- планирования рекламных, пропагандистских, информационных кампаний;

- организации протоколно-деловых мероприятий;
- использования методик, техник формирования общественного мнения, а также других инструментов PR-деятельности;
- использования технических, телерадиоэлектронных средств массовой информации, видео- и компьютерной техники.

По результатам преддипломной практики студенты должны:

- сформировать представление о «рабочем месте» специалиста по связям с общественностью данной организации или предприятия (функции, структура, уровень и обязанности персонала, взаимодействие с другими службами предприятия);
- продемонстрировать основные профессиональные навыки, необходимые для успешного выполнения работы по связям с общественностью;
- выполнять основные профессиональные функции специалиста по связям с общественностью данной организации или предприятия;
- исследовать уровень информационной обеспеченности предприятия или организации;
- участвовать в выполнении как аналитических работ, так и задач, связанных с формированием или изменением общественного мнения;
- изучить правовые основы функционирования предприятия;
- исследовать цели и задачи функционирования предприятия, его внешние связи и внутреннюю иерархию, его включенность в более сложные системы, изучить организационную структуру организации;
- собрать материал для дипломной работы.

Руководители практик студентов специальности «Связи с общественностью» в своих отзывах отмечают высокий уровень компетентности в таких областях, как практическая социология, психология, теория и практика СО, рекламоведение. Также отмечаются уверенное владение компьютерными технологиями, отмечены аналитические навыки студентов, владение методиками статистической обработки данных, коммуникабельность.

Отличительной особенностью организации практик по специальности «Связи с общественностью» является то, что в базо-

вое место практики отправляются студенты разных курсов (2,4 и 5). Так, например, в период выборов в Государственную Думу РФ в 2003 году была эффективно апробирована инновационная форма обучения студентов: организован студенческий избирательный штаб одного из кандидатов, баллотировавшихся по одномандатному избирательному округу. В штаб (начальник штаба — студент 5-го курса) входили 13 студентов пятого курса и три студента второго курса. В период 2002–2005 годов было сформировано 8 таких групп, включавших студентов 2–5 курсов. Такая форма организации практики формирует у студентов навыки работы в команде, развивает «командный дух», а студенты старших курсов практикуются в наставничестве. При этом студенты совместно работают над общими проектами.

По итогам ознакомительной, учебно-производственной и преддипломной практик студенты представляют отчеты, курсовые работы, а на итоговом этапе обучения — выпускную квалификационную работу (диплом). В курсовых и дипломных работах и отчетах студенты отражают текущие результаты собственной научно-исследовательской деятельности.

Практики выполняют двойную функцию — с одной стороны, позволяют оценить качество реализации теоретической подготовки студентов как отвечающие требованиям к проведению практик стандарта специальности «Связи с общественностью», а с другой — предъявляют новые требования к содержанию и методам преподавания теоретических дисциплин. Анализ практики позволяет актуализировать реальные проблемы деятельности PR-специалиста, а также вынести на обсуждение на семинарских занятиях (например, в таких учебных курсах, как «Теория и практика СО», «Организация работы отдела по СО», «Творческий семинар») реальные ситуации, с которыми встречались студенты во время практики.

Обобщение и анализ организации и проведения практик у студентов специальности «Связи с общественностью» выявил еще один ресурс повышения компетентности будущих специалистов — корреляция практик с дисциплинами специализации. Это способствует развитию у студентов познавательной активности, воображения, креативности, навыков работы в команде и умения вести аналитическую работу.