В. В. Кудинов

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ PR-ОБРАЗОВАНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Паблик рилейшнз является многогранной деятельностью, которая связывает большое количество направлений, методов и инструментов. Несмотря на то что PR начал формироваться в России 25 лет назад, на сегодняшний день в России нет конкретики в данной сфере. Даже понятие предмета PR остается для многих загадкой, хотя некоторые авторы выделяют объект и предмет PR: М. А. Шишкина определяет объект как «сферу общественных отношений, а предмет как управление паблицитным капиталом компании». Из-за множества подходов к PR возникают проблемы PR-образования, особенно в государственно-политической сфере.

Прежде всего обращает на себя внимание слабая практическая подготовка выпускников, есть проблемы в программах обучения, недостаточна практическая часть обучения. Необходимо увеличить количество выполняемых студентами проектов за время обучения, а также обратить внимание на взаимодействие с PR-агентствами и с органами власти.

Отдельного внимания заслуживает проблема формирования новых преподавательских кадров и перевод зарубежных изданий в области PR и рекламы. В начале 90-х гг. переводные зарубежные издания не всегда были переведены профессионально, соответственно представление о PR было в искаженном виде транслировано студентам, поступившим на вновь открывшиеся специальности.

Современные PR-специалисты в государственной сфере – настоящие практики, испробовавшие методом проб и ошибок все горести и прелести пиаровских реалий, – зачастую не готовы променять свой бизнес на передачу ценного опыта студентам в формате преподавания в вузах.

При обучении в вузах необходимо обратить внимание на разновидности PR: PR в общем, государственный PR, GR (Government relation). В широком смысле PR – управление общественным мнением, GR – управление государственным мнением. При этом некоторые авторы двунаправленно определяют GR.