

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

PR в сфере образования: современные формы принятия решений

Сажина Ольга Юрьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский

факультет, Химки, Россия

E-mail: p.p.panika@gmail.com

Сфера образования в России, как и во многих других странах, имеет свою определенную специфику и культуру. Особенности образовательного процесса в каждой стране обусловлены не только менталитетом, но и многолетней и даже вековой культурой каждой из стран.

Процесс глобализации также играет определенную роль в модернизации образования. Мир меняется очень стремительно, новые формы связи и получения информации диктуют новые формы образования и воспитания в различных сферах и на всех этапах жизни человека.

Как мы узнаем о них и как они приходят к нам? Конечно, это различные информационные каналы: радио, телевидение, Интернет, дни открытых дверей, выставки, фестивали и многое-многое другое.

Рейтинги, рекомендации, сарафанное радио, статистика трудоустройств, социальные опросы – все это механизмы, влияющие на принятие решений в сфере образования. И над всем этим всегда есть какая-либо управленческая организация, преследующая определенные цели.

ВУЗы вступают в конкуренцию друг с другом за потенциальных абитуриентов, компании в конкурентной борьбе тратят силы и средства на возвращение, обучение и переобучение специалистов, государство готовит достойные кадры и старается действовать максимально в интересах своей страны, так как его конкуренты – другие государства, которые по этапам развития или выше на голову или наступают на пятки.

И любая из управленческих структур прибегает к формам PR.

Эти формы всегда очень многообразны и изменчивы. Как бы не перечисляли и не называли их классики, они всегда разные, потому что каналы взаимодействия с общественностью – разные и постоянно обновляются.

Выделив «конкуренцию» и «конкурентов» как «двигателей прогресса», так как именно они вкупе с человеческой натурой основной стимул к развитию и лидерству на той или иной арене, их можно обозначить основными источниками пополнения копилки PR новыми механизмами управления.

Отсюда вывод: если нет застоя и есть конкуренции, PR в сфере образования активно развивается.

В российской действительности за последние несколько десятилетий можно выделить массу показательных примеров, демонстрирующих новые, нетипичные для России формы принятия решений в сфере образования.

Одним из таких примеров является введение обязательного ЕГЭ для школьников, также запуск ежегодного проведения Фестивалей науки, «мега-гранты» для ученых, программы МВА и их особая популяризация и другое. Большинство любых нововведений встречаются общественностью как нечто, на что стоит смотреть с повышенным

вниманием, часто с опаской и недоверием, и для того, чтобы избежать большого общественного резонанса, требуется регулярная и объемная работа с общественностью через информаторов, публичных и общественных деятелей.

PR расширяет сферу деятельности в области образования, выявляет и использует новые концепции, находит новые области применения. Все это направлено на успешную реализацию принятых решений.

Литература

1. Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. — М.: "Канон-ПлюсРеабилитация 2009.
2. Огилви Д. О рекламе. — М.: Эксмо, 2007.