

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

**PR-образование в Казахстане**

***Алтыбай Айганым Куатовна***

*Студент*

*КазНУ имени Аль-Фараби, факультет журналистики, Алматы, Казахстан*

*E-mail: aakaika@mail.ru*

PR-образование в Казахстане

Алтыбай Айганым

Студентка 2 курса

КазНУ им. аль-Фараби, факультета журналистики, Алматы, Казахстан

E-mail: aakaika@mail.ru

Public relations в последние годы приобретает все большую популярность и широкое распространение. И эта потребность в PR вызвала необходимость и в соответствующих специалистах. Первоначально в новую сферу на казахстанском рынке приходили журналисты, а также иные представители различных профессий. А теперь же в нашей стране стоит острый вопрос о выпуске своих отечественных представителей этой модной профессии.

В соответствии с мировым опытом, подготовка PR-специалистов предполагает освоение множества различных дисциплин. Они должны изучать: психологию, чтобы иметь представление о мотивации и убеждении; антропологию, чтобы понимать изменения и важность культурной адаптации; социологию, чтобы уметь точно оценивать тенденции в развитии общества и во взаимодействии людей. Идеальный кандидат на позицию PR-мена должен обладать журналистским талантом и творческим мышлением, иметь налаженные связи в СМИ, государственных органах и деловой среде, знать основы маркетинга, брендинга и рекламы, разбираться в политике, свободно владеть одним или несколькими иностранными языками, досконально знать специфику деятельности своей компании, уметь «читать» людей и подстраиваться под них в процессе общения [1].

Это творческая работа, постоянно требующая поиска новых решений, нестандартных ходов, мгновенной смены тактики. И, конечно, потребуется знание стандартного пакета компьютерных программ (MS Office), а так же знакомство с графическими редакторами (Corel Draw, Photo Shop). Вот такой полный пакет данных должен иметь при себе представитель моей будущей профессии, и это далеко не все качества, которыми должны обладать современные PR-специалисты.

Как ни странно, процессу нормального становления и развития PR-образования вредит ажиотаж вокруг профессии, который рождает излишние и, зачастую, совсем неверные ожидания. Некоторые путают суть профессии с рекламой, некоторые относятся негативно, а большинство в Казахстане и вовсе ничего не знает что это такое, и «с чем его едят».

Вообще, в 2000-х годах наблюдалось интенсивное, бурное развитие этой профессии, но вскоре специальность закрывают в вузах, и это, конечно, же затормозило развитие этой отрасли в нас в Казахстане. В 2010 году, к счастью, специальность возвращается. Летом того года начинается набор абитуриентов на специальность «связь с обществен-

ностью» в вузах Казахстана. Для подготовки будущих PR-менов были разработаны государственные стандарты по бакалавриату, магистратуре и докторантуре.

Разумеется, проблемы PR-образования имеют и внутренние причины. Прежде всего — это дефицит квалифицированных преподавателей. Сегодня в Казахстане некоторые вузы имеют лицензию на подготовку PR-специалистов. Это уже хорошо, однако тех, кто способен научить профессии, совсем мало. Специфика образовательного процесса в каждом конкретном вузе во многом определяется профилем факультета, при котором открывается соответствующая кафедра: социологов, учат исследовать, филологов — писать, экономистов — считать. И получается, что в целом выпускники вузов сегодня на самом деле вовсе не являются специалистами по PR. В массе своей они прошли обучение на кафедрах, созданных при факультетах журналистики, филологии, лингвистики, и, по сути, являются настоящими журналистами, филологами или лингвистами. Последние хотя бы два-три иностранных языка знают, что, в принципе, в сфере связей с общественностью сегодня никому не помешает [2].

Как и многие другие считаю, что для качества сегодняшнего PR-образования нужно активнее привлекать к процессу обучения практикующих специалистов. Хотя и тут есть свои проблемы: у практиков, к сожалению, нет, во-первых, времени, во-вторых, заинтересованности.

Более всего современным, а главное, завтрашним требованиям к PR-образованию отвечают программы кафедр, являющихся на факультетах управления. Здесь студенты получают реальные представления о бизнесе, его законах и тенденциях развития, им проще затем встраиваться в бизнес - процессы.

Конечно, выпускники факультета журналистики чувствуют медийную среду, понимают ее, и действуют на практике в соответствии с ее законами. Поэтому то и возникла иллюзия, будто наша профессия сродни журналистике, а PR— сводится к работе со СМИ. Выпускники кафедр по связям с общественностью должны знать логику процессов, происходящих в других сферах деятельности.

Таким образом, эффективность PR – образования достигается в результате широкого привлечения в учебный процесс PR – практиков, высокого профессионализма преподавателей и большого энтузиазма студентов.

Литература:

- 1 Невзлин Л.Б. Паблик рилейшнз - кому это нужно? М: Экономика.1992. 222 с.
- 2 Нургожина Ш.И. Состояние и перспективы PR-образования в Казахстане PR и СМИ в Казахстане. Сборник научных трудов.Алматы. 2006.С.4-7.

## **Литература**

1. Литература:

2. 1 Невзлин Л.Б. Паблик рилейшнз - кому это нужно? М: Экономика.1992. 222 с.
3. 2 Нургожина Ш.И. Состояние и перспективы PR-образования в Казахстане PR и СМИ в Казахстане. Сборник научных трудов.Алматы. 2006.С.4-7.