

Методическое сопровождение ежегодной Школы-конкурса «Портрет твоего края»: II этап

Автор: кандидат философских наук, член Российской Ассоциации по связям с общественностью Светлана Тимофеевна Стукалова

ЛЕКЦИЯ 1. КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

1.1 Продвижение и развитие территории как коммуникация

В Генеральный оргкомитет уже поступили заявки и очерки победителей городского этапа Школы-конкурса «Портрет твоего края» из Ялты, Таганрога, Москвы, Челябинска, Люберец, Братска, Норильска, других городов, и мы продолжаем их принимать! Таким образом, во II этапе примут участие команды, объединяющие школьников г. Москвы и школьников из других городов-участников, где объявлены авторы лучших работ в девяти номинациях.

В этом этапе Школы-конкурса участвуют как исследовательские работы, так и проекты продвижения города, края, поселения, т.е. повышения известности о нем. При этом в проекте, подготовленном к конкурсу, предусматривается исследовательская часть.

В составе каждой команды участников II этапа московские старшеклассники проведут исследование очерков, поступивших в Генеральный оргкомитет. Им предстоит проанализировать содержание каждой серии работ городского этапа, осмыслить полученный результат и «открыть» или воссоздать единый образ города или края, «увиденный» в отдельных очерках-портретах. Этот образ должен представлять неповторимую, уникальную индивидуальность города, края, поселения, значимую и отличную от других.

Мы видим, что в каждом очерке-портрете авторы отражают самые разные ясные приметы и удивительно тонко подмеченные особенности, создают яркие по форме и замыслу, неповторимые образы своего города, а их всегда поддерживает красивая мысль. Поэтому в работе с очерком исследователь должен детально прояснить смысл представленного содержания: что является предметом очерка? Представляет ли портрет культуру своего края,

ее традиции, ценности, особенности, характер, проявляются ли они в поведении человека, дают ли авторы тому примеры?

Так как результат исследования является основой для последующего продвижения индивидуального образа территории, то еще одним шагом подготовки конкурсной работы II этапа Школы-конкурса может стать выбор способа рассказать об этой территории, «доставить» ее образ разным аудиториям с наименьшими потерями смысла. Эту задачу решаем через организацию коммуникации, т.е. находим способ рассказать всем заинтересованным аудиториям, результатом будет открытие и понимание территории либо иное ее восприятие.

Когда способ успешно найден, город или край непременно станет для многих центром притяжения, источником представлений, впечатлений, понятий, смыслов, без которого нет полноты понимания своей страны. Таким образом продвижение состоялось.

В процессе исследовательской работы с очерками и подготовки проекта участники конкурса делают важные для себя открытия. Они узнают свою страну, приобретают иной взгляд, яркий, образный, запоминающийся, формирующий отношение через традиции своей культуры. Такой результат получен благодаря концепции Школы-конкурса, сильной теоретической основе, разработанным российскими учеными с мировым именем Владимиром Александровичем Фомичевым и Ольгой Святославовной Фомичевой. Созданные ими **теория динамических концептуальных отображений** и базирующаяся на этой теории **система методов эмоционально-образного обучения** внесли значительный вклад в решение проблемы гуманистического наполнения современного доуниверситетского образования, включая такие актуальные направления, как развитие эмоционального интеллекта, творческих качеств, образного мышления, культуры общения, понимания символических языков литературы, поэзии и живописи, ранняя социализация детей в информационном обществе и обществе знаний, выращивание гордости от причастности к великой русской национальной культуре и открытости к достижениям мировой культуры (Фомичева О. С. Гуманитарное образование: Ответ на вызов времени. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009; Фомичев В. А. Значение новой научной дисциплины когнитоники для нравственного возрождения и модернизации России // В кн.: Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Выпуск 7. Ч.2 / Отв.

ред.: Ю. Пивоваров. Ч. 2. Вып. 7. М.: ИНИОН РАН, 2012. С. 714-718; Fomichov V. A. Conscious Control during Childhood, Development of // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences, 2nd Edition. Vol. 4. Oxford: ELSEVIER, 2015. P. 666-672).

На этой основе московскими школьниками была выполнена исследовательская работа «Образ территории в СМИ (по материалам пресс-тура «Восточное кольцо России)», которая в 2016 году получила Диплом III степени на XVI Всероссийском конкурсе студенческих работ в области развития общественных связей «Хрустальный Апельсин» в номинации «Связи с общественностью в международной сфере - имидж страны». Работа выполнена при поддержке Коммуникационной группы АГТ.

В настоящее время завершен проект по Пермскому краю при поддержке рекламной группы PR-проект.

Мы искренне благодарны Шулаеву Владиславу Викторовичу, директору по продвижению территорий и стратегическим коммуникациям КГ АГТ, предоставившему материалы пресс-тура для исследования, исполнительному директору Всероссийского конкурса «Хрустальный Апельсин» Некрашевич Алле Семеновне, директору рекламной группы «PR-проект» Нечаевой Наталье Геннадьевне за предоставленные журналистские материалы.

1.2 Коммуникативное образованием для продвижения своих достижений

Современный мир весь наполнен коммуникацией. Обмен информацией – это основа коммуникации. Продуктивная коммуникация необходима для строительства и развития общества. Это и поддержание отношений доверия и репутации, это устойчивые связи в обществе для подготовки и ведения совместной деятельности в разных сферах, это способ объединить людей в сообщества. Профессионалы в данной области, специалисты по связям с общественностью, имеют стандарт профессии, они выполняют эти и другие задачи и в политике, и в социально-культурной сфере, и в экономической. Организационные структуры – это департаменты корпоративных коммуникаций, пресс-службы государственных учреждений, коммуникационные агентства.

Выполняя задание Школы-конкурса по продвижению территории, старшеклассники получают практический пример этой профессиональной

деятельности. И это замечательно, если учащиеся старших классов делают выбор в пользу интересной, очень современной, востребованной профессии! И делают его осознанно.

С другой стороны, этот опыт показывает, что для продвижения территории нужны специальные коммуникативные навыки, но также они очень важны для продвижения собственных достижений, своего результата в трудовой деятельности. Следовательно, таким навыкам **нужно учить**, такие знания абсолютно необходимы каждому человеку, входящему в жизнь современного информационного общества, где уже сегодня столь значима роль информации, где умение работать с ней, обрабатывать ее означает новый результат и **развитие**.

Сегодня Интернет, информационно-коммуникационные технологии сделали доступными новые «магистраль» для коммуникативных практик. Органы государственной власти, бизнес, учреждения культуры, науки и образования, благотворительные организации имеют свои сетевые ресурсы. Интернет понимается и как особая социальная среда, не имеющая пространственных границ, где люди взаимодействуют с заинтересованными партнерами и в режиме реального времени, и с выходом в **offline коммуникации**. Следовательно, сегодня нужно обучать ребенка грамотной коммуникации в Интернете, учить конструктивному, разумному использованию Сети. Продвижение своего результата, достижения в Интернете является примером такого использования нового канала коммуникации.

Поэтому также как нанесение макияжа стало привычным и понятным занятием для каждого, **представить себя** и свой результат грамотно и красиво, донести его смысл в ясной, доступной форме тем, кому это необходимо знать, т.е. продвигать его, означает быть востребованным и **успешным**.

Образование в этой области нужно сосредоточить прежде всего на вопросах **этичного поведения** и поддержания репутации, а также базовых навыков коммуникации, в том числе в информационно-коммуникативном пространстве Интернета. Нужно заняться ликвидацией безграмотности повсеместно, провести ликбез во всей стране **в области этики** (а вслед за тем пойдут технологии), так же, как в послереволюционной России была поставлена задача повсеместной ликвидации безграмотности, подобная нынешней, и поднята вся страна.

1.3 О социальной ответственности коммуникационной отрасли

Вопрос о коммуникативном образовании ребенка крайне актуален, ставится ли вопрос о выборе профессии или нет. Хотелось бы подчеркнуть, что речь в данном случае идет о совершенно новой, самостоятельной, можно сказать отдельной задаче, не имеющей отношения к профессиональной подготовке в высшем учебном заведении. Речь идет о ликвидации безграмотности.

Опыт работы заведующей кафедрой связей с общественностью Московского государственного лингвистического университета показывает, что сегодня в коммуникационной отрасли есть высокопрофессиональные и очень достойные специалисты. Мой опыт основан на совместной работе со специалистами-практиками, проводившими мастер-классы в 2013-2014 гг. во время Всероссийской Школы-конкурса профессионального мастерства в области развития общественных связей «Открытый мир». Концепция этого научно-образовательного мероприятия предусматривала обучение студентов на лучших отраслевых проектах, ставших в разные годы лауреатами Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник».

На кафедре связей с общественностью специалисты-практики делились своими знаниями и опытом со студентами: регулярно давали мастер-классы, читали лекции в рамках бакалаврской и магистерской программ, выступали консультантами дипломных, выпускных квалификационных работ, обучали во время прохождения практики.

За концептуальную поддержку новых форм работы со студентами я признательна И. Е. Минтусову, председателю совета директоров АСК «Никколо М», вице-президенту Российской Ассоциации по связям с общественностью.

Студенты имели возможность слушать и задавать вопросы Марии Захаровой, директору Департамента информации и печати МИД РФ; Игорю Писарскому, председателю совета директоров агентства «Р.И.М. PorterNovelli» и председателю Попечительского совета Национальной премии «Серебряный Лучник». Исполнительный директор премии – Надежда Явдолюк всегда помогает студентам и предоставляет сборники проектов премии.

В вузовских аудиториях студенты принимали Гая Ханова, председателя совета директоров коммуникационного холдинга «Паблिसити»; Ольгу Подойницыну, члена Совета директоров, главу глобального департамента корпоративных отношений и маркетинга ВТБ Капитал; Ирину Бахтину, директора по

корпоративным отношениям Unilever; Эллен Пинчук, директора по международным проектам Агентства «Михайлов и партнеры»; Никиту Орфенова, директора по развитию компании IQBuzz; Даниила Филина, руководителя направления digital агентства MOSTCreativeClub; Владислава Шулаева, директора по продвижению территорий и стратегическим коммуникациям КГ АГТ и многих других. К каждому обращаюсь с искренней благодарностью.

Итак, наш опыт демонстрирует, что отрасль, где трудятся специалисты по связям с общественностью, может взять на себя социальную ответственность перед обществом.

Социальная ответственность коммуникационной отрасли заключается в том, что отрасль может взять на себя ответственность за коммуникативное образование подрастающего поколения, вступающего в информационное общество. Уровень квалификации специалистов по связям с общественностью позволяет успешно решить эту высокую задачу. Таким образом, мы уходим от первоначального статуса отрасли – продвижения идей и расширяем рамки профессиональной деятельности.