

ЗИМНИЙ АВИТАМИНОЗ



Пришло время оглянуться на уходящий год и осознать, оправдал он наши надежды или разочаровал нас в чем-то, вспомнить, что он нам принес, что отнял. Проведя небольшой социальный опрос среди студентов университета, мне удалось выяснить довольно интересные, порой печальные, порой забавные, моменты из их жизни.

ЧТО ПРИНЕС НАМ 2002 ГОД?

Самыми приятными подарками стали новые знакомства и увлечения, практически каждый опрошенный отметил, что в этом году в его жизни появился кто-то неординарный, с особым взглядом на мир. Многие начали делать первые успехи в любимом деле, проявлять свое "я". Кто-то пошел в модельный бизнес, кто-то с головой погрузился в творчество, а кто-то решил самосовершенствоваться во всех областях и занялся спортом, йогой.

Несколько моих знакомых освоили автомобиль и теперь преспокойно колесят по улицам города, некоторые ударились в экстрим: мотоциклы, парашюты - в общем, веселая жизнь.

Кроме приятных мгновений год лошади принес и проблемы. Практически все начали задумываться о своей состоятельности в финансовом плане и попробовали себя в той или иной сфере. Кто-то остался доволен, а кого-то постигли разочарования. Работа повлекла за собой осложнения в учебе. Но все не так плохо, большинство нашло в себе силы справиться со всеми делами сразу. К тому же самоудовлетворение способно затмить любые трудности.

Также среди даров уходящего года фигурировали: братик, поездка за границу, квартира. Кто-то написал, что счастье, а кого-то сильно беспокоят дарованные лишние килограммы.

ЧТО ОТНЯЛ 2002 ГОД?

Как это ни печально, но многие ответили, что любимого человека. Удивительно, но в этом году действительно была явственно выражена тенденция к расставаниям.

Самой мрачной шуткой является, пожалуй, утверждение, что у нас отняли еще один год жизни.

На самом деле на этот вопрос отвечали менее охотно, объясняя это тем, что год принес больше хорошего, нежели плохого. Что ж, здорово, если это действительно так.

Вообще, практически все сказали, что их надежды на уходящий год оправдались, и они благодарны ему за все, что он им дал и не очень жалеют о потерях. "Чтобы год прошел хорошо, - считают студенты, - нужно его достойно встретить". Поэтому каждый получил то, чего хотел, а если не получил, - значит, плохо праздновал.

Опрос провела
Дарья ПАНКРАТОВА
факультет иностранных языков

что это за фрукт?

Уровень развития связей с общественностью как профессии и сферы приложения теоретических знаний с каждым годом всё выше и выше. В университете Герцена кафедра по СО существует 5 лет. Мы растём, совершенствуемся, учимся. Качество полученных знаний можно было проверить 4 декабря в университетском культурном центре, где прошла церемония награждения победителей регионального тура конкурса студенческих проектов в области связей с общественностью "Хрустальный апельсин". Конкурс проводится Российской ассоциацией по связям с общественностью (РАСО) с 1998 года, и за это время благодаря ему на небосклоне питерского PR зажглось немало звёздочек.

Для того, чтобы принять участие в этом конкурсе, нужно подать заявку и непосредственно проект, который возможно реализовать в сфере PR. Конкурс проходит по восьми номинациям, но подать проект можно сразу в несколько, дабы увеличить шансы на победу. Членами жюри обычно выступают заведующие кафедрами PR, руководители департаментов по PR и рекламе многих крупных компаний, а также практикующие специалисты в этой области. Председатель жюри - Марина Шишкина, декан факультета журналистики СПбГУ, председатель РАСО.

В этом году студентами кафедры связями с общественностью было подано 3 проекта в номинациях:

- Лучший PR-проект для государственной структуры - "30 лучших выпускников для 30 лучших фирм Санкт-Петербурга", автор Анна Мирошниченко, 4 курс;

"ХРУСТАЛЬНЫЙ АПЕЛЬСИН"

- Лучший PR-проект в социальной сфере - "Проведение конкурса "СамоОценка" как нестандартной PR-кампании для выведения на рынок бренда некоммерческой организации "Санкт-Петербургская ассоциация студентов и молодых специалистов PR", Авторы Анна Онопко, 4-й курс и Мария Соколова, 3-й курс. Проект написан совместно со студентами из ИВЭСЭПа и ЛЭТИ;

- Лучший PR-проект в области культуры, искусства, спорта, шоу-бизнеса: "Организация PR-сопровождения выставки работ выпускников фотшколы Молодёжный объектив - "Многоликий Петербург", авторы Травкина Олеся, 3-й курс, Гончарова Александра, 2-й курс и уже известная вам Соколова Мария.

Могут сказать, что меня лично очень радует активность студентов, особенно когда это касается профессиональной сферы или подобных конкурсов. Днями и ночами, с непреодолимым желанием добиться поставленной цели, мы трудились над проектами. Количество затраченных и сломанных дисков, длинных обсуждений, часов, проведённых в Интернете в поисках нужной информации, а в особенности потраченных нервов - неисчислимо. Например, проект "СамоОценка" был сдан в последние пять минут до окончания срока приема работ. Распечатанные странички еще хранили тепло принтера. И вот, с 11 ноября по 4 декабря, мы с нетерпением ждали результатов.

Они оказались не такими впечатляющими, но всё же плакать не стоит. Хотя проект и не был признан абсолютным лидером, но есть и положительные достижения.

- Достижение первое: проект "СамоОценка" едет в Москву.

- Достижение второе: проект, посвященный PR-кампании для молодежной фотшколы, тоже едет в Москву. К тому же этот проект получил спецприз от издательства "Гардарика". Это приятно.

- Достижение третье: проект для продвижения института может быть вполне применен на практике. До этого момента подобной программы в университете Герцена не существовало.

Вроде бы не маленькие достижения. Ими уже стоит гордиться.

Если говорить о самом процессе написания работы, то лучше все начинать хотя бы за 2-3 месяца, а то и больше. В ходе многочисленных исследований, проводимых во время написания проекта, ты выходишь на новые источники информации, появляются новые контакты. Чтобы проект получился не на уровне идеи, а реально применимый в жизни, со всеми источниками информации нужно работать профессионально, а на это требуется время.

Самое интересное в написании проектов - моделировать ситуацию, представить, как описанные механизмы PR будут работать на практике. Многие из сегодняшних студенческих проектов - это и есть будущая реальность специальности PR.

Жадная до "апельсинов" Анна ОНОПКО
факультет философии человека

ИДЕЙНЫЙ КОНКУРС ТВОРЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ

Здесь нет жюри и строгих рамок номинаций. Здесь нет требований к оформлению работы и оценочных таблиц, как нет и надобности в списке использованной литературы. "СамоОценка" - это идейный конкурс. Студент, придумавший идею, которая может быть использована в PR, просто пишет ее и размещает на сайте конкурса в номинации, которая ему приглянулась. Их всего семь, по цветам радуги: красная, оранжевая, желтая, зеленая, голубая, синяя и фиолетовая. Вы можете "окрасить" свою PR-идею в зеленый (для пацифистов или "Greenpeace"), а можно в голубой (здесь я уточняю не берусь) или в любой другой цвет - у каждого ассоциации индивидуальность.

Самый важный вопрос - как же определяют победителя? Согласно проекту - всенародным голосованием. Полная демократичность и открытость. Каждый, кто зайдет на сайт, - голосует за понравившуюся ему идею. И все.

Хотя нет, не все. Еще должна быть церемония награждения, призы от спонсоров, дипломы в радужных рамках и необычные подарки самым идейным победителям... но это в проекте. Пока в проекте.

От себя хочется добавить, что мне, как одному из авторов, безумно обидно, что "СамоОценка" не была никак отмечена жюри. Однако проект вместе с победителями поехал в Москву по просьбе оргкомитета "Хрустального апельсина" - как уникальный и необычный. Может, в столице нам повезет больше?

Жадная до "апельсинов" Мария СОКОЛОВА
факультет философии человека



Авторы проекта конкурса "СамоОценка"
М.Соколова, А.Онопко, В.Пасынкова, И.Волозин