

ЭКСПЕРТИЗА

Я Б В «ПИАРЩИКИ» ПОШЕЛ, ПУСТЬ МЕНЯ НАУЧАТ!

Размышляете, куда пойти работать после окончания вуза? Наверняка вы слышали о существовании такой профессии – налаживать связи с общественностью или, попросту говоря, заниматься PR. Образование в данной сфере будет вашим плюсом, но даже если вы его не получили, у вас есть возможность научиться всему с нуля и за несколько лет работы в PR-агентстве.

КЛИЕНТ ВСЕГДА ПРАВ

Самое главное – осознавать, что работа в сфере PR не только поиск нестандартных ходов для продвижения того или иного бренда на рынке, но и постоянное, ежедневное потакание капризам клиента. Основные клиенты фирм, занимающихся PR – крупные компании, как правило, проводящие в начале каждого года, тендер (конкурс) на PR-обслуживание в течение года. И если ваше агентство выиграло этот конкурс и подписало с клиентом контракт на несколько миллионов рублей, то можете считать, что вы попали в рабство. По крайней мере, именно так и считает в большинстве случаев заказчик, которого вы обслуживаете. Представитель компании-клиента десятки раз может отвергать ваши предложения по PR-продвижению, сначала одобряя ваши идеи, потом заявлять о том, что передумал, заставляя постоянно переделывать тексты пресс-релизов. И все это он будет делать не оттого, что ему на самом деле не нравится ваша работа, а потому что платит вам большие деньги, за которые вы обязаны выкладываться на 100 процентов.

СТРЕМЛЕНИЕ К НЕЗАВИСИМОСТИ

Особенно тяжело превращаться в PR-специалиста тому, кто успел до этого поработать журналистом. Ведь бывшему журналисту при переходе на работу в PR-агентство приходится отвыкать от относительной свободы и независимости – неотъемлемых частей работы в СМИ. Если сравнивать степень свободы в журналистике и в PR, то первая – это, образно выражаясь, максимум легкие позолоченные наручники на ваших руках (небольшие ограничения, касающиеся того, о чем можно писать, а о чем нельзя), а PR – огромные и ржавые кандалы на ваших руках и ногах, делающие вас абсолютно зависимым от воли клиента. Впрочем, есть у PR и свои плюсы. Один из них – возможность заработать по-настоящему хорошие деньги и получить уникальный опыт, который в будущем может вам пригодиться для открытия собственного PR- или рекламного агентства. Кстати, именно так и поступают многие молодые и дерзкие специалисты, которые через пару лет после работы в

PR-компании понимают, что в состоянии делать все то же самое и под собственной вывеской. Что удивительно: крошечные агентства, которые они открывают, умудряются находить клиентов и оставаться на плаву.

«БУКИРОВАТЬ СПЕЙС»

Еще одна уникальная особенность опытных PR-специалистов – они говорят на уникальном языке. 40 процентов их лексикона составляют слова-заимствования. Причем многие из этих слов вы не найдете ни в одном словаре русского языка, они являются новейшими изобретениями PR-специалистов (см. толковый словарь PR-менеджера). Апофеозом деятельности PR-специалистов по словообразованию может считаться, например, выражение «Я букировала спейс для камермэна», подслушанное автором статьи. Если вы не сразу поняли, то на русский это выражение можно перевести как «Я зарезервировала место для работы оператора». Чем продиктована необходимость использовать в речи такое количество заимствований, непонятно. Видимо, PR-менеджерам кажется, что за счет этих неологизмов они смогут выгодно отличаться от «серой массы». Как бы там ни было, впечатление все эти заимствования производят тягостное.

ЛУЧШИЙ ПИАРЩИК 2010 ГОДА!

Впрочем, чтобы работать PR-специалистом, необязательно быть сотрудником PR-агентства, можно самостоятельно заниматься PR-продвижением своего проекта или самого себя. Лучшее тому подтверждение – жизнь и карьера Джулиана Ассанджа, основателя и главного редактора культового сайта WikiLeaks, которого, пожалуй, можно назвать самым удачливым пиарщиком 2010. Весь прошлый год он успешно занимался пиаром собственного сайта. Несколько слов о его истории: он был открыт 29 декабря 2006 года группой энтузиастов, главным представителем которых впоследствии был назван австралиец Джулиан Ассанж. Сайт предназначался для публикации различных секретных или закрытых для общего доступа сведений, разоблачающих коррупцию и злоупотребления в государственных организациях и корпорациях.

Джулиан Ассанж называл себя главным редактором сайта, однако состав всей редакции официально не раскрывался, отмечает «Лента.Ру». Всего, согласно опубликованной ранней переписке WikiLeaks, основателями можно считать около 20 человек. Одна из задач сложной системы публикации WikiLeaks состояла в том, что однажды опубликованный материал уже невозможно было «удалить» из Сети, для чего в разных частях света были открыты около трехсот копий-зеркал. WikiLeaks также заявляли о том, что большое внимание уделяют анонимности источников информации и готовы оплачивать адвокатов своим предполагаемым информаторам. Знаменитым на весь мир сайт стал в 2010 году, когда на нем было опубликовано более 70 тысяч секретных полевых



Починяем репутацию, лагаем ИМИДЖ

Фото www.yandex.ru



КРАТКИЙ СЛОВАРЬ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО PR-СПЕЦИАЛИСТА

Опиньюк – от англ. *Opinion leader*, лидер мнений, эксперт, которого можно пригласить на тот или иной круглый стол или пресс-конференцию.

Забрифовать – от англ. *Brief* (краткий) – этот глагол описывает выступление клиента в процессе диалога между ним и PR-специалистом. Цель выступления – донести до PR-менеджера мысль о том, чего клиент ждет от той или иной PR-кампании.

Акцептовать – от англ. *Assert* (принять) – согласовать вариант пресс-релиза или концепцию PR-кампании, разработанные PR-специалистом.

Поштурмить – устроить мозговой штурм, обсудить что-либо.

Консьюмерский язык – от англ. *Consumer* (потребитель) – язык пресс-релиза или рекламного сообщения, который будет понятен потребителю.

Локешёнзы – от англ. *Location* (местоположение) – места проведения тех или иных PR-мероприятий.

сводок о войне США в Афганистане. Документы были объединены названием «Дневник афганской войны» (*Afghan War Diary*). После этого афганские талибы пообещали убить всех, кто сотрудничал в стране с войсками НАТО. Ходили слухи, что администрация WikiLeaks предложила сотрудничество Пентагону. Она была готова отредактировать оставшиеся документы перед публикацией для того, чтобы в них не фигурировали имена информаторов. Однако официальный Пентагон представителям сайта отказал. 23 октября 2010 года на WikiLeaks появилось около 400 тыс. документов Пентагона о войне в Ираке. В них представлены дела на всех пострадавших и погибших в результате боевых действий коалиционных сил. «Иракское досье» описывает события с марта 2003 до конца 2009 года. Говорится о случаях применения пыток к задержанным, о том, как открывали огонь по мирным жителям. Благодаря публикации этих материалов Джулиан Ассанж стал одним из самых известных людей в мире. В конце 2010 года, по версии читателей журнала *Time*, он был признан человеком года (правда, вскоре после получения этого известия отдал титул основателю Facebook Марку Цукербергу). Так что если хотите научиться «пиарить» себя и свои проекты, изучайте биографию Джулиана Ассанджа.

Владимир СВИДРИГАЙЛОВ,
корреспондент «ПВ»