

# PRичал

Если ты студент PR - пришеварься к нашему PRичалу!



Эта творческая работа заслуженно получила третье место. Ведь в этой небольшой истории **Ане Ратушняк** (СОд-22) удалось проникнуть в самую суть вопроса о женщине в PR.

## Вы – PR-менеджер!

Утро. Она просыпается и уже по дороге в ванную ловит себя на мысли, что думает о работе. Стоп! Она резко останавливается и пристально смотрит на свое отражение в зеркале: красивое лицо, стройная фигура и... очаровательная улыбка. Да, именно очаровательная. Благодаря улыбке, а еще уму и уверенности в себе, удалось вчера сдать огромный отчет, подписать обалденный контракт, завязать новые деловые знакомства, поднять имидж компании на пресс-конференции, устроить встречу с иностранными клиентами и познакомиться с интересным молодым человеком.

А сегодня – заслуженный выходной. И Она точно знает, с кем его проведет. Ведь вчерашний незнакомец – настоящий профессионал своего дела: общения с людьми. Он покорила ее одной лишь фразой: «Девушка, я точно знаю, кто Вы!» – «Да?.. И кто?» – «Вы – PR-менеджер!». После этих слов Она уже точно знала, что Он – ее новая цель.

## PRикольсь!

### Что-то сегодня холодно...

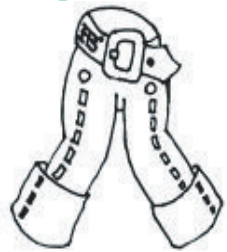
«Что-то сегодня холодно», - подумала я, выходя из дома. Да, даже длинное пальто не спасает. Ну, ничего, главное – до маршрутки добраться... Кстати, идет сегодня как-то необычайно легко, будто я на пару-тройку килограммов легче, чем обычно... Легко, но холодно...

Вот я уже в маршрутке. Потеплее, но все равно холодно! А от остановки до политеха еще сколько топая? Я же совсем околела! Ох уж эта зима... Зато я уже в университете. И гардероб работает! Ну, надо же, и места есть! Ура! Сейчас сдам пальто и пойду учиться. За знаниями, за мыслями. Заодно и согреюсь...

О Боже! Что это? Что это со мной? Вернее, чего нет со мной? БРЮК МОИХ НЕТ СО МНОЙ!!! Дома они остались! Наверно, решили со мной сегодня в университет не ездить. На пары я, по видимому, не попадаю...

Ну, ничего. Зато лишней выходной будет. А на улице-то все-таки холодно. А мне домой надо. И все равно, по-моему, теплее стало. Или это дом родной греет?..

Аня Лысова,  
СОд-21



## Я PRотив!

### Давайте не будем ПРЫЩИКАМИ!

Привет всем PRщикам! Или все-таки пиарщикам... Я давно хотела обратить ваше внимание на один момент.

Вы никогда не задавали себе вопрос, как одним словом назвать PR-специалиста? Письменно. Так вот, в нашем PRичале я встретила три варианта: PRщик, ПРщик и пиарщик. Сначала я подумала, что стоило бы как-нибудь стандартизировать употребление, потому что, когда в разных статьях написано по-разному, выглядит не очень хорошо. Будто сами не знаем, как нам называться. Затем возник следующий вопрос: а какой же вариант тогда выбрать? Ответ оказался прост. Здесь даже не обязательно быть лингвистом. Давайте рассмотрим каждое из предложенных слов.

PRщик. Если вы назовете сейчас хоть одно слово на русском языке, которое пишется наполовину латиницей, наполовину кириллицей (без всяких дефисов и проч.), возьму свои последующие слова обратно. А поскольку я абсолютно уверена, что таких слов вы не знаете, продолжу. Вообще, в русском языке все слова пишутся с помощью алфавита, называемого кириллицей. И никакое слово, ни в одном уважающем себя языке не будет частично состоять из букв чужого алфавита.

**И напоследок. Раз уж мы заговорили о месте женщины в PR (и даже привели мнения наших будущих специалистов), не стоит ли узнать, что думает по этому поводу собственно PR-Woman? С какими трудностями сталкивается в этой сфере женщина; существует ли особое отношение к женщине, если она выполняет «мужскую» работу? На эти и другие наши вопросы согласилась ответить Екатерина Быцай, выпускница нашей специальности, работающая PR-менеджером в одной из успешных компаний нашего города.**

### Много ли женщин в PRе?

- В принципе, одинаково, женщин даже чуть больше. Одну из ролей играет то, что в провинции почему-то PR для женщин более привлекателен.

### Велика ли разница между теорией в университете и практикой в работе?

- Да, разница есть. Но насколько она велика, определить сложно. На работе никто не будет с тобой спорить на тему «был ли прав Сэм Блек», там требуют практических навыков, отсюда и выплывает некая однобокость нашего образования: мало практики. Но с другой стороны, в компанию без знаний придти трудно. Если ты человек целеустремленный, то быстро всему научишься, а базой как раз и будет образование.

### Есть ли половое разделение в бизнесе и в PR?

- Безусловно, есть, но PR – течение современное, поэтому глупых стереотипов о том, что женщина – кухарка, ни у кого нет. Здесь другое: хватит ли женщине уверенности? Есть ли у нее «мужская хватка»? И, конечно, все, что касается женской логики.

### И все же: женщина или сотрудник?

- И то и другое. Трудно определить. Вот, например, когда на работу принимают, в пресс-секретари берут именно женщин, а в

Если вы так пишете, значит, вы откровенно оскорбляете свой язык. Тот самый, великий русский. PR-специалисты создают имидж: человека, фирмы, наконец, государства. Так представьте себе имидж государства, в котором сами «имиджмейкеры» опешивают свой язык...

Второй случай (ПРщик) лишен идеологической подоплеки, зато имеет пару грамматико-орфоэпических моментов. Во-первых, в русском языке слова не принято писать с двух заглавных букв, поэтому с грамматической точки зрения правильно писать ПРщик, а еще правильное ПРщик. Тогда, во вторых, попробуйте прочитать, что написано. Нет, это не пиарщик, и даже не пэрщик. Как читаются, например, слова «правда», «программа» и им подобные? Не правда ли, когда мы произносим слово ПРщик так, как оно написано, там слышится еще одна буква. И вот так мы себя на самом деле называем: прыщиками.

Мы будущие PR-специалисты, а по-русски – специалисты по связям с общественностью, ну или пиар-специалисты. И изучаем мы пиар. Так давайте же уважать свой язык и гордо называться пиарщиками.

Таня Захарова, СОд-41



целом умеешь работать – молодец, хороший сотрудник.

Если хватает сил оставаться женщиной – вообще, хорошо.

### Тяжелая работа?

- Есть маленько (смеется).

### Какие качества должны быть у женщины в PRе?

- Стрессоустойчивость, хорошая женская интуиция, да и еще эмоциональность не помешает, чтоб в PR продукты были сделаны с любовью.

Беседа с Катей меня откровенно порадовала, потому что если и были у меня сомнения насчет женщин, так исчезли все. Женщины в Public Relations есть, а это уже хорошо, потому что еще на одну чисто мужскую или женскую профессию стало меньше. А то, что там говорят, вы не слушайте. Ведь нет никакой разницы – женщина или мужчина. Работать надо.

### Катя отвечала на вопросы Игоря Командина, СОд-41.

Информационный вестник специальности «Связи с общественностью» PRичал  
Редактор - Роо О., верстка - Аглиуллова А.  
Периодичность: 1 раз в месяц  
УлГТУ, гуманитарный факультет,  
специальность «Связи с общественностью». Тел.: 43-90-78  
Тираж 200 экз. Заказ  
2006 г.

## PR-news

Новогодние праздники сменились для студентов... иет, не простыми трудовыми буднями, а СЕССИЕЙ, которая продлится с 9 по 29 января. Особенно тяжелым испытанием является сессия для первокурсников, которым все это в новинку. Впрочем, после зачетов по информатике и КСЕ экзамены покажутся им не такими уж сложными!

Несмотря на сессионную суматоху, четверокурсники продолжают активно готовиться к «PR&общению-2006». Дизайнерская группа уже продумывает костюмы и декорации для праздника, а также работает над буклетом и видеороликом. Информационная группа готовит материалы для спецвыпуска «PRичала» и параллельно организует связи со СМИ. Коммерческая группа настойчиво продолжает искать спонсоров, и уже добилась в этом нелегком деле определенных успехов. В частности, одним из спонсоров «PR&общения» станет фирма «Алло», руководителем которой является студент СОд-32 Илья Лунаев.

В январе завкафедрой ПСиСО В.Н. Шаповалов принял участие в ежегодном заседании учебно-методического объединения по специальности СО при МГИМО (г.Москва). На заседании присутствовали представители более ста вузов России (кстати, по нашей специальности обучают в 126 вузах). В центре обсуждения стоял вопрос о новых образовательных стандартах и переходе специальности СО на двухуровневую систему обучения (бакалавриат и магистратура). Этот переход планируется совершить в ближайшие 2-3 года.

Подведены итоги творческого конкурса «PRо дам, или женщины в PR» (список победителей ищите в этом номере). Лучшие кейс-истории будут размещены на информационном стенде, а награждение авторов (наряду с победителями конкурсов на лучшие стихи и кроссворды) будет проведено в рамках «PR&общения».

В феврале состоится торжественное открытие университетского отделения РАССО. На церемонии открытия приглашен Президент РАССО – студент МГИМО Антон Москаленков, который должен вручить нашим студентам членские билеты.

Любознательных и активных студентов во втором семестре ожидает широкий выбор интересных студенческих конкурсов:  
\* Олимпиада по СО (середина февраля);  
\* Международный Молодежный форум общественных коммуникаций «Moscow PR Week 2006» (февраль-март);  
\* III Всероссийская студенческая Олимпиада по СО в г. Казани (1-4 марта);  
\* VI Всероссийский Фестиваль студентов «PR – профессия третьего тысячелетия» в г. Санкт-Петербурге (10-14 апреля);  
\* Ежегодная Международная научная студенческая конференция «Студент и научно-технический прогресс» в г. Новосибирске (12-14 апреля);  
\* Ежегодная СНТК УлГТУ (15-25 апреля);

Более подробную информацию о конкурсах можно найти на информационном стенде. PRовья себя в науке!

25 января состоится встреча ректора УлГТУ А.Д. Горбоконенко со студентами-отличниками, среди которых немало сододцев. Нам есть кем гордиться!

PR- news подготовила  
Лена Лизунова, СОд-41

## От редактора.

Дорогие наши СОдовцы! Январский выпуск «PRичала» отличается от всех предыдущих. В нем мы решили опубликовать творческие работы, принесенные нам для участия в конкурсе «PRо Дам, или Женщина в PR», объявленном кафедрой «ПСиСО» еще в ноябре. За это время было написано и сдано огромное количество работ: историй, статей, рассказов... В общем, всего, во что только может воплотиться фантазия студента «Связей с общественностью». А она, как мы уже успели выяснить, границ не знает и знать не хочет. И одно из назначений нашей газеты как раз и состоит в том, чтобы давать простор для раскрытия способностей и талантов студентов нашей специальности.

Этот выпуск подготавливался в экстренных, я бы даже сказала экстремальных, условиях – в то время, которое так любим всеми студентами, когда ночи уходят на бесконечное общение с тетрадями, учебниками, а также с самим собой. Когда волосы на голове шевелятся при мысли о том, сколько экзаменов еще ждет впереди, и сколько лекций еще надо переписать, и сколько раз сходить в политех, чтобы наконец-то сдать последние (а у кого-то и первые) лабы! Когда зубы уже болят и крошатся от этого невкусного гранита науки, который все равно так и остается неразгрызленным...

Горячая пора сессии знакома всем. И газета «PRичала» никогда не выходила в январе, потому что в совокупности с учебными проблемами подготовка газеты сделала бы эту пору не просто горячей, а кипящей, бурлящей и брызгающей на хрупкую, ничем не защищенную психику студента.

Однако у вас в руках сейчас находится исключительный номер. Исключительный потому, что в этом году мы сделали исключение. Ведь нельзя было не опубликовать произведения искусства, которые вы нам принесли для участия в конкурсе! Такие работы не из тех, что должны лежать стопкой в ящике стола и «увидеть свет» лишь в день «PRиобщения». Страна должна знать своих героев! То бишь тех, кто не сидит сложа руки, а действует, раскрывает свои таланты и достигает при этом успехов. Пусть эти успехи и небольшие – всего лишь победа в конкурсе, объявленном на специальности. Но если сегодня это победа в конкурсе «PRо Дам», то завтра это может быть работа, представленная на всероссийский конкурс, а возможно, участие и победа в нем.

Главное в таких делах – уверенность в себе и вера в свои силы. Это фундамент



всей нашей будущей деятельности, карьеры, профессионального и личного роста. А складывается он именно из таких маленьких кирпичиков и именно в студенческие годы. К счастью, активных ребят, знающих, чего они хотят от жизни, на СОде хватает, и поступить на эту специальность может далеко не каждый.

Некоторые из корпоративных работ вы сможете прочитать уже в этом номере. А со всеми остальными (не уместившимися здесь) вы познакомитесь в день нашего корпоративного праздника «PRиобщение», который состоится 24 февраля 2006 года.

Кстати о «PRиобщении». Сейчас наступают самые напряженные и самые ответственные моменты в организации нашего PRазника. Последние штрихи в сценарии, бесчисленные репетиции и захватывающее ощущение того, что еще немного – и ЭТО случится. Праздник обещает быть поистине волшебным. Приглашаются ВСЕ! Незабываемые впечатления гарантированы. Ведь подготовка к нему идет полным ходом, не останавливаясь даже в период сессии.

Если вы хотите принять участие в нашей PR-акции – «засветиться» на сцене «Тарелки», завязать приятные и полезные знакомства с коллегами и преподавателями, весело провести время в ночном клубе «Арбат» и просто почувствовать себя частичкой целого и очень-очень большого – мы ждем вас! Это замечательная возможность PRодвинуться в глазах друзей, сокурсников, преподавателей, а главное – в своих собственных. Ее уже успели оценить все, кто когда-либо принимал участие в «PRиобщении», и именно поэтому эта традиция существует до сих пор. Не упустите свой шанс! Времени осталось немного!

Побольше активности и веры в себя!  
Ваша Ольга Роо  
(редактор газеты «PRичал»)

Слоган номера  
«Роснись известным!»



В нашем конкурсе приняли участие 58 (!) человек. Каждый из них – индивидуальность, творческая личность со своим стилем написания, мнением, взглядом на проблему. Определить лучших было чрезвычайно сложно. И потому мы решили, что выделить нужно как можно больше работ. Кроме стандартных трех мест, мы определили следующие номинации:

«В PR с пеленою». История жизни Саши Мамаевой (СОд-41), первым словом которой было «пиар».  
«Старая сказка на новый лад». Размышления о современной Золушке, написанные Алсу Аглиулловой (СОд-41).  
«PR как образ жизни» рассмотрели Лена Конопелько и Олеся Шагиева (СОд-41).  
«PR во все времена». Оказывается, PR и женщины, им занимающиеся, существовали всегда. Об этом нам поведала Лена Лаврова (СОд-42).  
«PR на каждый день». Ира Сидько (СОд-51) пришла к выводу, что не только на работе женщине пригождаются профессиональные знания.  
«Романтический образ женщины в PR» описала нам Юлия Кожаева (СОд-41).  
«За аналитический подход к теме». В этой номинации победила Тая Захарова (СОд-41), в своей работе проведя четкую границу между мужчинами и женщинами в пиаре.

«За художественное отражение проблемы» мы решили наградить Лену Лизунову и Аноу Елаеву (СОд-41)



Итак, вашему взору открывается работа, занявшая первое место в нашем конкурсе «PRо дам, или женщина в PR». Перед вами – произведение Саши Шеляковой (студентки СОд-51), оказавшееся ну просто ВНЕ конкуренции.

### PRо дам ля фам

*Шерше ля фам по-новому, или самый настоящий PR-материал о том, что женщина в PR – это явление с большой буквы.*

PR». Победительницы выбирались компетентным жюри (в лице нас, Шеляковой Александры Игоревны) среди самых успешных представительниц отрасли за последние 3 века. Итак, затанце дыхание!

В номинации «PR-специалист на борту, или антикризисный PR» награду из рук Джеймса Кэмерона получает Непотопляемая Молли Браун. Ходит легенда, что именно с этой женщины списана героиня Кейт Уинслет в «Титанике». Она, жена неожиданно разбогатевшего золотоискателя, никогда не кичилась своим богатством. А на Титанике и не думала думать о своей жизни, сажая паникующих пассажиров в шлюпки. Сама она и в шлюпке-то оказалась случайно – ее толкнули...

Вы верите в то, что женщина – это нечто непостоянное и ветреное, как морской бриз? А я верю, что женщина (если она, конечно, настоящая женщина, а не какая-нибудь подделка) с легкостью и 3-тонным налетом гениальности придумает рекламный ролик для шпингалета, «на раз» разработает концепцию продвижения на рынок пельсосо с выходом в Интернет или выявит преимущества пластмассового степлера перед металлическим. Могу сказать больше: я знаю таких неземных и абсолютно обязательных дам. Пойду дальше: мне хочется верить, что я тоже таковой являюсь.

Вы еще не готовы подкорректировать свое мнение? Хорошо. Ниже я намерена доказать, что женщина в PR – это вам не просто так, это НЕЧТО, что этим самым пиаром движет, крутит и рулит. Женщина – это, а вы сказала, сам PR в самом неслабом своем проявлении.

А для этого надо, как это делается в серьезных научных кругах, обратиться к истории. Я предлагаю вашему вниманию вручение виртуальной награды «Женщина в

наградой за победу в номинации «PR-специалист как двигатель прогресса» будет вручать сам А.С. Пушкин. А получать собственно «гений чистой красоты» и «мимолетное виденье» Анна Керн. Она была самой обыкновенной женщиной – ничем не выдающейся и не примечательной (так о ней говорили). Настолько обыкновенной, что про ее красоту знают даже двоечники. Что говорить, профессиональный PR!

Победой в номинации «Четвертая власть и черный PR» награждается Ида Тарбелл за книгу «История компании Standard Oil». Вручать награду ей будет поверженный ею Рокфеллер. Да и самим развитием академически известного PR мы обязаны ей: чтобы восстановить свою репутацию после выхода этой книги, Рокфеллер провел первую в истории крупную пиар-кампанию, в которой показал себя образцовым семьянином и просто хорошим человеком. Его

империи это не спасло, зато родился PR как технология. Вот так.

И, наконец, вершина и апогей нашего вручения. Гран-При нашей церемонии получает Маркиза Де Помпадур, которая 20 лет была некоронованной королевой Франции, не имея даже дворянского происхождения (оцените масштаб воздействия!). Биографы смакуют ее личную жизнь, безумные траты и вмешательства в государственные дела. При этом забывают о том, что у нее собиралась вся духовная элита тогдашнего общества. Наконец, мир (и особенно все пиар-специалистки) обязан Жанне такими креативными и принципиально важными мелочами, как высокие прически и высокие каблуки. Что говорить, PR от Бога!

Теперь вы верите, что женщина в пиаре – не случайная фигура? Если вы все еще считаете, что настоящий пиар – только черный, а настоящий пиар-специалист – блестящий мужчина в смокинге на приеме с водка-колой в руке, то приглядитесь внимательнее. Это маскировка той настоящей роскошной пиар-хищницы, что стоит рядом с ним с бокалом мартини. Это она создавала его образ, продумывала костюм до мелочей и уж точно будила его утром. Кто он без нее? Простой пиарщик. А с ней? Пиар-специалист. Смотрите, кажется, она произносит тост! Давайте подслушаем. «Жорж Санд говорила, что женщина не может вырвать ни одной страницы из своей жизни, хотя легко может бросить в огонь саму книгу. Так пусть эта книга горит, и всем от огня будет жарко!»

Лена Лизунова (СОд-41) подошла к заданию творчески и, таким образом, из-под ее пера вышел вот такой небольшой рассказ. Эта работа победила в номинации «За художественное отражение проблемы».

### О женской интуиции в большом бизнесе

«Ох уж этот мужской шовинизм! Никуда без него. Даже поработать нормально эти мужики не дают...» – грустно думала девушка Света, возвращаясь домой с новой работы. «Спасибо хоть, что в агентство взяли!».

Недавно она устроилась на работу в крупное PR-агентство, директором которого был мужчина, да и персонал состоял, в основном, из представителей сильного пола. И на девушек эти умники смотрели несколько свысока: дескать, куда вам до нас, с вашими куриными мозгами... Поэтому и не доверяли Свете никакой серьезной работы, хотя она с нею наверняка справилась бы. Да и в агентство шеф взял ее, скорее всего не столько из-за красного диплома, сколько благодаря очаровательной улыбке...

И невдомек ему, что если она сумела к нему, профессионалу в области PR-технологий, найти

правильный подход, то это характеризует ее как очень даже способного работника! Впрочем, мужчины, как всегда, слишком увлечены всякой там логикой, и часто не замечают очевидных вещей. Например, того, что девушки от природы общительны и им легче найти общий язык с клиентом. А еще у них есть пресловутая женская интуиция, которая играет не последнюю роль в бизнесе. Вот сейчас, например, эта интуиция подсказывает Свете, что между ней и директором определенно есть особая симпатия... Или это не интуиция, а голос сердца? Ладно, прочь эмоции, главное сейчас – показать всем этим представителям сильного пола, что значит женщина в PR!

И Света показала... Сначала на одном из совещаний, когда все мужчины ломали голову над возникшей перед фирмой проблемой, она предложила неожиданное и оригинальное решение. И тогда впервые все посмотрели на нее с удивлением и должны

уважением – не просто как на красивую девушку, но как на грамотного и талантливого сотрудника. Потом она сумела ювелирно разрешить конфликт с капризным клиентом. И пошло-поехало...

Вскоре без Светы не проходило ни одно совещание, ее мнение высоко ценили, с ней советовались, ей доверяли самые ответственные дела. Она стала продвигаться карьерной лестнице. А симпатия в глазах шефа сменилась сначала восхищением, а потом и любовью... И, надо сказать, Света отвечала ему тем же.

Конец этой истории очевиден. Сейчас Света – жена директора PR-агентства, и по-прежнему работает под его началом. Впрочем, это он так думает, а на самом-то деле...

Ведь недаром народная мудрость гласит: муж-голова, а жена – шея. Даже если муж – директор крупного PR-агентства, а жена – его подчиненная.

Практически все участники и победители нашего конкурса – представительницы прекрасного пола. Получается, что мы, женщины, во всех своих конкурсных работах поем дифирамбы самим себе. А что обо всем этом думают мужчины? Студент СОд-41 **Женя Ярославцев** выразил свое – мужское – мнение. И выразил весьма удачно. Так что он занимает вторую строчку в нашем списке победителей. Внимание: перед вами красивая и романтичная, захватывающая и остроумная, добрая и смешная история, лишний раз подтверждающая, что современный мир немыслим без пиара (он повсюду; даже там, где ему, на первый взгляд, совсем не место!). А пиар, в свою очередь, немыслим без ... женщин!

### PR – не роскошь, а потребительская корзина.

Никогда не думал, что я – студент PR-специальности – когда-нибудь попадусь на уловку женщины, а точнее девушки, которая, как я думал, не обладает такими знаниями, как я. Я прокололся, как Адам, которого Ева соблазнила изведать «запретный плод».

Роковое знакомство произошло на дискотеке в одном из сельских клубов. На одной из таких «корпоративных» вечеринок появилась она, прекраснейшая дива, и сразу же собрала на себе взгляды всех молодых людей. Редко увидишь такую красоту в простой деревне. Я как-то сразу обратил на нее внимание. Она начала своё движение в центр круга, где находился я.

Вдруг музыка замедлилась, и я ощутил нежное прикосновение. Я обернулся и увидел чудо. Передо мной стояла она – Венера Милосская – и её рука оказалась в моей руке, которая тянула в мир танца и удовольствий. По телу прошла лёгкая дрожь, мир уходил из-под ног. Мы никого не замечали. Казалось, что весь мир кружится вокруг нас. Лёгкий флирт, нежное нащёптывание красивых слов. Даже не заметив конца дискотеки, мы уже гуляли в чудесном парке. Тишина, разговор не клеится, я немного скован. Я будто нахожусь в другом мире, в мире чувств и эмоций. И вдруг Наташа (так звали эту девушку) приглашает меня к себе на чашечку кофе.

Отказать я не мог.

Оказавшись у неё, мы пьем кофе. И вдруг она резко встаёт и, не сказав ни слова, удаляется в свою комнату. Мне становится неуютно, и вдруг я слышу нежный голос, приглашающий зайти в комнату. Захожу и вижу: она стоит в великолепном черном платье, протягивает ко мне руки, чтобы я подошёл к ней ближе. Делаю шаг, ноги тяжелеют, дыхание учащается, я не могу больше идти.

Мои руки протягиваются к ней, я обнимаю её. Её руки ложится мне на шею, я чувствую биение её сердца, её дыхание. Наши губы всё ближе друг к другу. И вдруг её дыхание я почувствовал около моего уха, и она зашептала: «Я нравлюсь тебе?». Я киваю головой, уже не в состоянии ничего сказать. Наташа продолжает: «А моё платье?». Повторный кивок. И дальше: «Не хочешь купить его?».

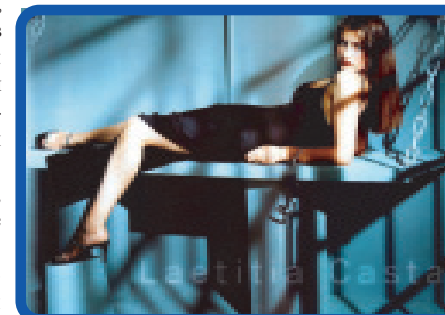
Её обаяние, её слова, звучащие успокаивающе, как лёгкое журчание ручья в лесу... Я не могу сказать «нет». Я вообще не мог сказать ни слова, замороженный неопишуемой красотой. Киваю головой в знак согласия. Тогда она ответила: «Выйди из комнаты, я должна

переодеться». Вот тогда я «проснулся», но было уже поздно. Ни слова не говоря, я выхожу из комнаты.

Мы еще немного посидели, поговорили, и я побрёл домой с платьем в пакете, не зная, радоваться мне или печалиться. Дома я долго не мог уснуть, размышляя, что же всё-таки произошло, как я мог купить платье, которое мне совсем не нужно.

Но, вспомнив о моем обучении на СОде и женском коллективе, окружающем меня, я осознал одну единственную вещь: женщина в PR необходима, как воздух, как вода. Обаяние, коммуникабельность и привлекательность (а для PR это одни из самых необходимых качеств) – её главное оружие.

Что же касается этого прелестного создания, то она стала моей девушкой. Кстати, позже я узнал, что она работает в PR-отделе магазина одежды. А то платье я подарил... Я думаю, вы сами догадаетесь, кому.



Работа «Математика быта» тоже вошла в список победителей, и ее автор – Ира Сидько (студентка группы СОд-51) – будет награждена в номинации «PR на каждый день».



### Математика быта

цель: это должны делать они; задачи...». Потом она переходит к коммуникативным действиям, раздавая указания и рассылая пресс-релизы членом семьи. Ну а в дальнейшем, глядя на трудящуюся в поте лица семью, оценивает эффективность и замеряет результаты.

3. В ее семье царит корпоративная культура (традиции, неписанные правила и т.п.) и уют.

4. Она хочет познакомиться с кем-либо. Ситуация оформляется так, будто знакомство завязалось совершенно случайно, и она тут совершенно ни при чем (настоящие PR-действия и не должны быть чересчур явными).

5. Она собирается с кем-то поругаться. О! на этот случай ее гибкое мышление выстраивает логическую цепочку аргументов, она заранее предвидит ответы и реакцию собеседника, поэтому готова отразить любой удар. Кроме того, у нее будет заранее подготовленная отменная речь (речь-нападения, речь-защиты, речь-жертвы, речь-героя и т.д.).

6. Ее коммуникабельность и открытость не знает границ. Особенно ярко это проявляется, когда она разговаривает по телефону.

7. В гостях, среди друзей – она лидер, но ненавязчиво. С ней все хотят поболтать, поделиться самым сокровенным, спросить совета и т.д. Она при этом может выслушать, поддержать совершенно искренне, но в голове ее невольно складывается схема вашего характера, выявляются

проблемные ситуации, выстраивается цепочка факторов, включается поиск путей решения проблемы, помимо этого сложится «досье» на каждого, выделяются типы личностей. Общение – ее оружие, которым она может защищаться, отбиваться, побеждать и с достоинством уходить.

8. Она редко смотрит концерты, праздники, выступления ради того, чтобы просто послушать и посмотреть. Скорее, она просматривает детали построения мероприятий, подготовки, продумывает, что для этого было нужно, просчитывает бюджет, выискивает плюсы и минусы.

9. «Причесаться стоит» и имидж все-таки – всё. Она всегда будет держать марку. Даже если оденет в деревню старые джинсы, свитер и пожелтевшие от старости кроссовки, то это чтобы соответствовать окружающей среде и быть ближе к народу. (Только не надо думать, что это лицемерно продумывается! Нет, это опять же искренне и автоматически).

И любое действие воспринимается женщиной-пиарщиком как хороший информационный повод, пиар-кампания, пиар-мероприятие, пресс-конференция.... Женщиной-пиарщиком уже никак не удивишь. Нынче редкостью становится мужчина, который «справится» с такой женщиной.