#### Профессиограмма специалиста по связям с общественностью (PR – специалиста)

На языке менеджеров по персоналу профессиграмма – это документ, содержащий основные профессиональные требования, на которые должно быть ориентировано развитие профессиональных качеств человека в ходе овладения им профессией или замещения должности. В профессиограмме отражаются профессиональные требования, сформулированные на основе анализа профессиональной деятельности наиболее успешно работающих специалистов. Как правило, П. содержит: а) модель сотрудника (профессиональные, деловые, личные качества); б) модель должности (функции, обязанности, задачи, ответственность и т.д.).

Безусловно, без профессионально ориентированного обучения невозможно стать специалистом высокого уровня. В соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования, PR-специалист по своему профессиональному предназначению должен:
    знать важнейшие проблемы внутренней и внешней политики России, современных международных отношений; положения важнейших международно-правовых документов ООН, ЮНЕСКО, ОБСЕ и других международных организаций, регламентирующих деятельность в области международной информации, гуманитарного и культурного сотрудничества;
    знать историю и современную практику массовой коммуникации и различные ее виды и формы;
    знать историю возникновения и становления связей с общественностью ("паблик рилейшнз") как сферы профессиональной деятельности;
    уметь устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агенствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;
    владеть навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей;
    уметь устанавливать связи с людьмии организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации;
знать основы конфликтологии и социальной психологии и владеть навыками работы в кризисных ситуациях;
постоянно изучать аудиторию, учитывать ее настроение;
    уметь планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовать и вести протокольно-деловые мероприятия;
    уметь использовать методику и технику проведения опросов общественного мнения;
свободно владеть риторикой, приемами и методами публичного выступления (знать основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения), владеть навыками литературного редактирования, умением создать собственное публицистическое произведение, пресс-релиз;
    квалифицированно пользоваться техническими, телерадиоэлектронными средствами массовой информации, уметь фотографировать, владеть видео- и компьютерной техникой.

По общей фундаментальной подготовленности PR-специалист отвечает следующим требованиям:
    имеет целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, знаком с принципиальными проблемами современного естествознания, развития науки и техники, понимает их социально-экономические и политические последствия;
    знаком с основными учениями в области политических, правовых и социально-экономических наук, способен научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, умеет использовать методы этих наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности;
    знает Конституцию Российской Федерации, этические и правовые нормы, регулирующие взаимоотношения в обществе и между обществом и природной средой, учитывает их в профессиональной деятельности;
    знает основные этапы истории России, ее политики, а также истории других ведущих государств и цивилизаций мира, понимает смысл и механизмы исторической преемственности и эволюции ;
    знает основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, умеет применять их выводы, методы и приемы исследования для анализа проблем, возникающих в ходе его профессиональной деятельности;
    знает основные проблемы информационной политики, национальной безопасности Российской Федерации, владеет методами и приемами их анализа;
способен к самообучению по завершении учебной программы, к расширению своих знаний на основе информационных и образовательных технологий;
    способен приобретать новые знания, методически и психологически готов к изменению направления и характера своей профессиональной деятельности;
    умеет на научной основе организовать свой труд, владеет приемами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием электронно-вычислительной техники, имеет навыки пользования ЭВМ и прикладными компьютерными программами;
    владеет иностранным языком (языками), способен выполнять функции переводчика, переводчика-референта и продолжать обучение и осуществлять профессиональную деятельность в иноязычной среде;
    владеет культурой мышления и публичного выступления, способен правильно и логично оформить свои мысли в устной и письменной форме, участвовать в дискуссиях по профессиональным проблемам;
    владеет основами научного анализа и прогнозирования различных явлений и процессов, умеет осуществлять их качественный и количественный анализ, способен определять цели специальных исследований и использовать для их осуществления методы изученных наук, готов к работе над междисциплинарными проектами;
    готов к работе в коллективе, знаком с методами управления, способен находить и принимать управленческие решения, знает основы педагогической деятельности.

Специалист PR, в соответствии с общей профессиональной и специальной подготовкой должен уметь осуществлять следующие виды деятельности:
информационно-творческая;
социально-психологическая;
информационно-коммуникационная;
информационно-управленческая;
рекламно-информационная;
информационно-аналитическая;
информационно-референтская;
культурно-просветительская;
организационно-рекламная;
информационно-социологическая;
научно-исследовательская.

***Качества***, которые необходимы специалисту PR, условно можно разделить на 3 сферы:

1. Коммуникативная сфера.
2. Эмоционально-волевая сфера.
3. Познавательная сфера.

(Безусловно, такое разделение является достаточно относительным, поскольку нередко очень сложно определить, к какой сфере относится то или иное качество. Например, такое важное качество, как организаторские способности, трудно отнести к какой-то одной из этих трех сфер, оно является составляющей каждой из них и определенным образом интегрирует их.)

Перейдем к рассмотрению качеств, составляющих эти сферы.

1. **Коммуникативная сфера**.

Эта сфера, по нашему мнению, является основной, т.к. специалисту PR в постоянно приходится налаживать и поддерживать контакты с самыми разными людьми, и это умение является ключевым для его профессиональной деятельности.

Необходимой базой для развития этой сферы является такое качество человека, как ***потребность в общении*** с другими людьми. То есть изначальное желание быть включенным в межличностное общение, находиться среди людей, ориентация на совместную деятельность, потребность в привязанности и эмоциональных отношениях с людьми.

Следующее важное качество – ***способность к эмпатии***. Эта способность человека к сочувствию и сопереживанию другим людям, к пониманию их состояний, т.е. умение поставить себя на место другого человека и способность к произвольной эмоциональной отзывчивости на переживания других людей. Сопереживание – это принятие тех чувств, которые испытывает некто другой так, если бы они были нашими собственными. Эмпатия способствует сбалансированности межличностных отношений и наличие этого качества является необходимым условием эффективной деятельности специалиста PR. Сюда же можно отнести и умение выслушивать другого человека, способность воспринять точку зрения другого. Высокий уровень развития этих качеств поможет специалисту PR легче устанавливать контакт с другими людьми, находить решения, удовлетворяющие потребности обеих сторон.

Важнейшее качество, относящееся к речевой коммуникации - это ***ораторское мастерство***. Развитие этого качества у специалиста PR необходимо, т.к. овладение навыками публичной речи поможет ему быстрее и эффективнее воздействовать на аудиторию. Речь – это самое трудно осуществимое деловое предложение, т.к. продается не продукция, а идеал.

Существует множество приемов завоевания аудитории, правил достижения эмоциональности выступления. Специалисту PR необходимо не просто ознакомиться с этими техниками, а отработать их на практике, внести в свою жизнь и постоянно использовать.

Безусловно, есть люди, про которых говорят, что у них ,,прирожденный талант оратора,,, но, как показывают многочисленные исторические примеры, благодаря приемам, методам овладения ораторским мастерством также можно стать весьма успешным оратором.

Второй уровень коммуникаций, который также необходимо учитывать специалисту в сфере связей с общественностью – *это невербальные коммуникации.*

По данным А. Пиза информация в процессе коммуникаций передаётся словами лишь на 7%, характером звучания и интонацией – на 38% и остальные 55% информации передаются невербальными средствами – жестами, мимикой, внешним видом.

Основными характеристиками для невербальных средств общения являются движение, пространство и время. В процессе личных коммуникаций важное значение имеет коммуникационно-дистанционные зоны. Это расстояние, на котором люди привыкли общаться. Нарушение привычной дистанции вызывает дискомфорт у участников.

При постоянном общении с людьми специалисту PR необходимо знать о невербальных видах коммуникации и применять свои знания на практике.

Также необходимо отметить ещё такие качества, которыми должен обладать специалист по связям с общественностью. Это оптимизм, чувство юмора и личное обаяние – т.е. способность привлекать людей, направлять и удерживать внимание окружающих и благодаря этому завоёвывать успех.

Существует также технология личного обаяния, которую важно знать и применять специалисту PR в профессиональной деятельности. Занятия по физиогномике помогают ,, читать по лицу ’’ собеседника, партнёра на встречах, переговорах.

От того, насколько развито это качество у специалиста PR, может зависеть многое. Широко известно, что первое впечатление о человеке хоть и может быть обманчивым, но всё же изначально играет решающую роль в принятии решения.

**2. Эмоционально-волевые качества.**

В эту группу входят такие качества, как:

* самообладание, самоуправление – способность контролировать свои чувства, поведение в сложившейся ситуации. В работе по связям с общественностью, как и любой работе, могут случиться различные ситуации, где человек должен будет сохранить контроль над ситуацией, над собой, и быстро отреагировать на воздействие и постараться повернуть новую ситуацию в нужном для себя направлении.
* эмоциональная уравновешенность – необходимый контроль за своими эмоциями, проявлениями.
* активность - проявление заинтересованного отношения к окружающему миру и к самому себе. Это умение действовать энергично, напористо при решении практических задач. Качество это является, безусловно важным а работе специалиста PR .
* настойчивость – проявление силы воли, упорства, умение доводить дело до конца.
* работоспособность – выносливость, способность много и продуктивно работать. Желание работать долго и внеурочно, если это необходимо.
* ответственность – необходимость, обязанность отвечать за свои поступки и действия. Такое качество, как ответственность является профессионально важным для любого вида деятельности. И, конечно же, необходимо в работе с общественностью.

Ещё одно важное качество – ***потребность в достижениях***, стремление к достижениям, в котором отражена фундаментальная человеческая потребность – двигаться вперед и достигать поставленные цели.

Так, в результате одного из психологических исследований, на основе изучения поведения западных бизнесменов по удовлетворению этой потребности был выделен ряд особенностей:

1. этим людям наиболее предпочтительнее ситуации, в которых можно брать на себя ответственность в решении проблем;
2. они не склонны подвергать себя слишком большому риску, а ставят перед собой достаточно умеренные цели, стараясь, чтобы риск в значительной мере был рассчитан и предсказуем;
3. люди имеющие потребность в достижении цели, хотят конкретной обратной связи, информирующей их о том, насколько успешно они справляются с заданием.

Приведённое исследование наглядно показывает значимость этого качества для успешной работы.

* Следующее качество ***– уверенность в себе***. Оно важно в любых ситуациях, особенно проявляется в ситуациях контакта с людьми равного или более высокого ранга, в ведении переговоров с ними. Сомнительно, чтобы колеблющийся, неуверенный в себе человек мог вызвать доверие со стороны других людей и тем более рассчитывать на какие-то формы делового сотрудничества с ними. А для специалиста PR деятельность и заключается в постоянном налаживании контактов, проведении переговоров с людьми, организациями. Поэтому специалист PR должен быть уверен в себе, в своих возможностях. Для этого у него должна быть, адекватная, но, ни в коем случае, не слишком завышенная самооценка, это также может помешать налаживанию контактов.
* Также важно иметь способность к самокритике, поскольку это будет способствовать дальнейшему личностному росту.

**3. Познавательная, когнитивная сфера**.

 К этой сфере относятся такие качества, как:

* здравый смысл
* живой, ищущий ум
* гибкость ума, способность заниматься несколькими проблемами одновременно
* внимание к деталям
* инициативность – особое творческое проявление активности, выдвижение идей, предложений
* креативность – способность к творческому решению задач. Эта важная способность для специалиста PR. «Связи с общественностью» не являются точной наукой и в деятельности специалиста PR нет раз и навсегда установленных правил и жестко закрепленных рамок для решения задач. Каждая новая ситуация подразумевает интересное и применимое лишь к ней творческое решение. Невозможно алгоритм по решению задач, к каждой из задач специалист PR должен подходить творчески, учитывая ,,плюсы,, и ,,минусы,, такой задачи. Поэтому работа в области PR - возможность в полной мере проявить свои способности и реализовать творческий потенциал.

 Итак, все профессионально-важные качества специалиста PR можно условно разделить на три сферы, при объединении которых получается теоретический вариант **профессиограммы специалиста по связям с общественностью,** основанной на изучении различных теоретических подходах к анализу деятельности PR.

Мы выделили основные качества, служащие базовыми для развития всех остальных и в своем исследовании диагностировали именно эти качества.

1. Коммуникативные способности: потребность в общении, стремление к людям.
2. Организаторские способности.
3. Самообладание, самоуправление
4. Уверенность в себе.
5. Адекватная самооценка, критические способности.

Наличие этих качеств служит предпосылкой для развития следующих:

- Способность к эмпатии (в нашем исследовании это качество может отражать показатель «Направленность на общение»)

- Ораторское мастерство (опыт).

- Оптимизм ( «Направленность на дело» , «Самооценка» )

- Жизнерадостность и чувство юмора ( «Самооценка» ).

- Личное обаяние ( «Направленность на общение» , «Самооценка» ).

- Эмоциональная уравновешенность («Коммуникативные склонности», «Организаторские склонности).

- Активность).

- Настойчивость(«Направленность на себя»).

- Работоспособность.

- Ответственность.

- Потребность в достижениях.

- Здравый смысл.

- Гибкость ума.

- Инициативность.

- Креативность.

 Таким образом, подводя итог и цитируя высказывания ведущих российских специалистов в сфере PR, можно сказать, что сегодня от хорошего специалиста по связям с общественностью требуются такие качества и умения, как коммуникативность, организационные способности, умение брать на себя ответственность, оперативно принимать решения, способность к эмпатии, гибкость и вместе с тем твердость, умение находить компромиссы, харизма, обаяние.

Специалист по связям с общественностью должен быть широко эрудированным человеком и иметь глубокие и всесторонние познания в таких областях, как политика, история, социология, психология, литература, экономика, владеть иностранными языками и иметь хороший стиль письменного изложения.

Кроме того, поскольку PR-специалисты, владея разными психологическими методиками и технологиями, имеют возможность влиять на эмоции людей, управлять человеческим сознанием, формировать общественное мнение такие специалисты должны обладать порядочностью и этикой. Немаловажную роль играет хороший вкус и культура.
Целью деятельности специалистов PR не должно являться привлечение внимания потребителя во что бы то ни стало, не считаясь ни с какими ценностями.

Наконец, специалистам в сфере PR необходимо умение работать в коллективе, понимать образ мыслей других людей чуткость и толерантность, быть по возможности открытым и честным, важно приобрести навыки участия в дискуссии, научиться говорить по существу.

И, конечно, как и в любой сфере деятельности, специалисту PR необходимым реальный опыт работ для развития всех необходимых качеств и навыков.