
РАЗДЕЛ 3. ВОПРОСЫ ПРЕПОДАВАНИЯ РЕКЛАМЫ И PR

А. В. Логиновская

Алтайский государственный университет

log-a-v2014@yandex.ru

РОЛЬ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Аннотация

В статье представлены результаты опроса студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», которые позволяют составить представление о языковых компетенциях специалиста по связям с общественностью.

Ключевые слова: связи с общественностью, PR-специалист, иностранный язык, коммуникация.

В последнее время работа специалиста по связям с общественностью и рекламе все более востребована на рынке труда. Это объясняется тем, что работодатели понимают, как важно не только привлекать новых клиентов, но и, работая с постоянной аудиторией, удерживать ее положительное отношение как к компании, так и к самому продукту.

Компания HeadHunter отмечает, что работодатели все чаще указывают в требованиях на соискание должности специалиста в области PR, маркетинга и рекламы знание иностранных языков [1]. В исследовательской литературе наиболее разработан методический аспект проблемы формирования языковых компетенций у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» [3; 4; 5; 6], однако недостаточно внимания уделяется проблемам мотивации изучения иностранного языка.

Цель данной статьи – выявление роли иностранного языка у будущих специалистов в области связей с общественностью.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- провести контент-анализ сайта <https://barnaul.hh.ru/> на предмет оценки требований работодателей к уровню знания и владения иностранным языком соискателями;

- провести анкетный опрос студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» Алтайского государственного университета и выявить мотивацию к изучению иностранного языка;

- сопоставить мнение барнаульских работодателей с мнением будущих специалистов.

Методами исследования были выбраны контент-анализ, анкетный опрос.

Проведенное исследование 198 вакансий на должность специалиста рекламы и PR в г. Барнауле методом контент-анализа показало, что 75% работодателей указывают в требованиях на вакантную должность уровень владения языком «владеть в совершенстве» и «свободно владеть». Абсолютно все работодатели отдают предпочтение английскому языку.

Как показали результаты мониторинга мнений специалистов в области связей с общественностью, в работе PR-специалиста возникают ситуации, в которых он должен налаживать коммуникацию не только с русскоязычными организациями. Но и взаимодействовать с иностранными компаниями.

Интернет-портал «Медиастанция» задал PR-специалистам вопрос о востребованности знания иностранного языка в профессии [2]. Результаты ответов можно объединить в несколько групп.

1. Иностранный язык необходим для просмотра и чтения профессиональной информации в англоязычном Интернете.

2. Знание языка необходимо при работе в международной компании или проведения переговоров на языке клиента.

3. Знание языка необходимо для повышения профессиональной квалификации.

Приведенные выше экспертные мнения дают нам понять, что знание иностранных языков является необходимой компетенцией, которой должен обладать будущий специалист по связям с общественностью.

Для того чтобы соотнести мнения работодателей с мнениями студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» Алтайского государственного университета, нами был про-

веден пилотажный опрос будущих специалистов. По результатам исследования было выявлено, что большая часть респондентов – 97% – изучает английский язык. Вторым по популярности являются немецкий и испанский языки – 6% , третью позицию занимает китайский (4,5%), на четверной – французский (3%), и замыкает ТОП-5 японский язык – 1,5%. При этом большая часть респондентов (71,6%) считают, что на данный момент актуально изучение восточных языков (китайского и японского).

Какие иностранные языки Вы изучаете в данный момент?

67 ответов

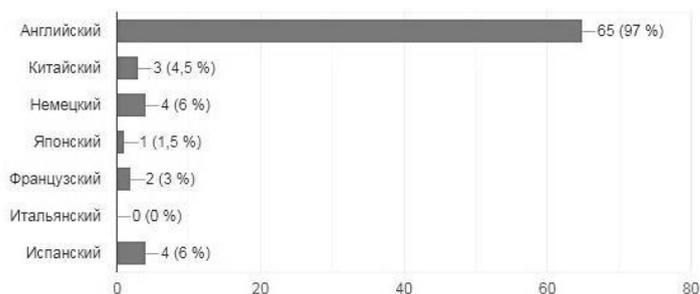


Рис. 1. Результаты опроса обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

Помимо преподаваемой дисциплины по изучению иностранного языка в АлтГУ, респонденты прибегают к услугам репетиторов (8,8%), посещают языковые школы (17,6%), стараются чаще общаться с носителями того языка, который учат (17,6%), посещают специальные сайты и каналы в сети Интернет (64,7%) или занимаются самостоятельно по учебникам (39,7%).

Какими способами изучения иностранных языков Вы пользуетесь?

68 ответов

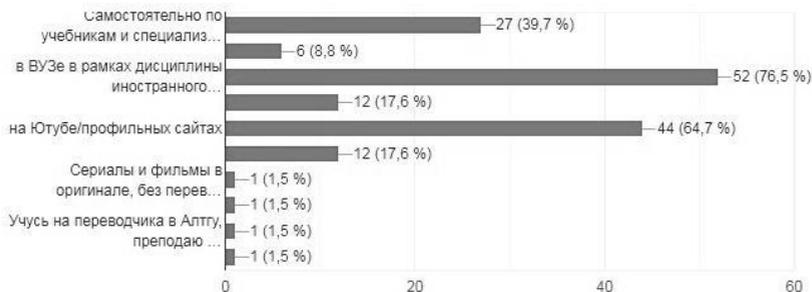


Рис. 2. Результаты опроса обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

На вопрос «Какими иностранными языками вы владеете?» 59% респондентов ответили, что не владеют иностранным языком и не умеют на нем разговаривать. 34% знают английский язык и по 1% респондентов ответили, что владеют немецким, армянским, казахским, французским, украинским и китайским языками.

Какими иностранными языками Вы владеете?

66 ответов

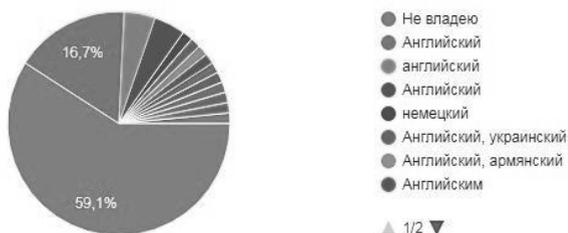


Рис. 3. Результаты опроса обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

38,2% респондентов приходилось в своей профессиональной деятельности общаться на иностранном языке. Они проходили стажировку или практику, где нужно было знать язык. Некоторым из участников опроса необходим иностранный язык на работе. 16,7% ответили, что принимали участия в научных мероприятиях с участием иностранцев.

Возникали ли в Вашей профессиональной сфере ситуации, когда вам приходилось общаться с людьми на иностранном языке?

68 ОТВЕТОВ

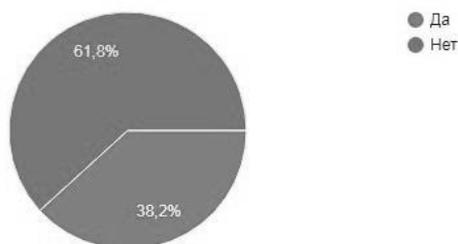


Рис. 4. Результаты опроса обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

При этом большая часть респондентов (72,1%) считает, что слабый уровень знания иностранного языка не может помешать при устройстве на работу, стажировку или практику, и считают достаточным знать популярные профессиональные слова и выражения на иностранном языке, которые могут им помочь в работе.

Почти все (98,5%) считают, что самым популярным иностранным языком в сфере рекламы и PR является английский и лишь 1,5% настаивают на китайском языке.

На Ваш взгляд, какой иностранный язык является наиболее популярным в сферах рекламы и PR?

68 ответов

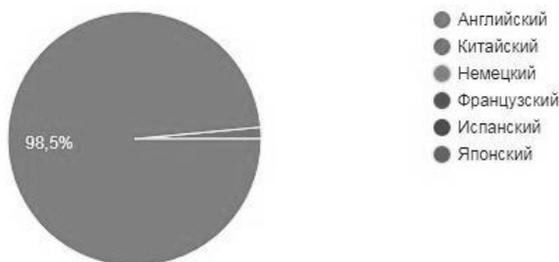


Рис. 5. Результаты опроса обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

Подводя итог исследования, мы можем сделать следующие выводы. Английский язык считают самым популярным и наиболее востребованным в профессиональной сфере, как студенческая аудитория, так и экспертная. При этом большая часть студентов считают, что на данный момент актуально изучение восточных языков (китайского и японского). 75% работодателей выдвигает высокие требования владения иностранным языком, когда студенческая аудитория считает, что будет достаточным знать общие фразы и термины для профессиональной деятельности.

Литература

1. Какие требования предъявляют работодатели к молодым специалистам [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://career.ru/article/18255> (Дата обращения: 15.12.2018)
2. Нужен ли PR-специалисту английский язык [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://mediastancia.com/articles/3770/> (Дата обращения: 15.12.2018).
3. Ткаченко Е.Е. Обучение профессиональному иностранному языку студентов направления «Связи с общественностью» на основе метода проектов // Вестник ЧГПУ. 2011. №7. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-professionalnomu-inostrannomu-yazyku-studentov-napravleniya-svyazi-s-obschestvennostyu-na-osnove-metoda-proektov> (дата обращения: 30.01.2019).

4. Гурьева С.А. Формирование иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции и оценка уровня ее сформированности // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. №1 (65). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-inoyazychnoy-professionalno-orientirovannoy-kommunikativnoy-kompetentsii-i-otsenka-urovnya-ee-sformirovannosti> (дата обращения: 30.01.2019).

5. Уфимцева О. В. Развитие языковой компетентности будущих специалистов по связям с общественностью // Научные исследования в образовании. 2010. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-yazykovoy-kompetentnosti-buduschih-spetsialistov-po-svyazyam-s-obschestvennostyu> (дата обращения: 30.01.2019).

6. Евграфова О.Г. Обучение профессиональному английскому языку будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью: из опыта работы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. №1-1 (55). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-professionalnomu-angliyskomu-yazyku-buduschih-spetsialistov-v-oblasti-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-iz-opyta-raboty> (дата обращения: 30.01.2019).

A. V. Loginovskaya

Altai State University

THE ROLE OF A FOREIGN LANGUAGE IN THE PROFESSION OF A PUBLIC RELATIONS SPECIALIST

The article presents the results of a survey of students studying in the direction of "Advertising and public relations", which allow you to get an idea of the language competence of a specialist in public relations.

Key words: public relations, PR-specialist, foreign language, communication.