

№44



RuPoR

15 – 31 МАРТА 2011 ГОДА

ГАЗЕТА «RuPoR» ИЗДАЕТСЯ ВОРОНЕЖСКИМ PR-АГЕНТСТВОМ РФСМП «МОЛОДЕЖЬ ВОРОНЕЖА 21 ВЕКА»

С НАМИ ВАС УСЛЫШАТ! С НАМИ О ВАС УЗНАЮТ!



Игорь Писарский,
Председатель Совета директоров «РИ.М. Портер Новелли»,
Председатель Попечительского совета Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник»

- Игорь, примите мои поздравления с победой в столь престижной номинации нашей премии «RuPoR». Надеюсь, что наш «RuPoR» займет достойное место в Вашей коллекции профессиональных наград.

- Спасибо, я признателен. Приз впечатляет. Очень жаль, что не удалось побывать на церемонии вручения: три часа просидел в ожидании самолета в аэропорту, и бесславно уехал домой. Жаль, тем более, что никогда не был в Воронеже.

- Совсем недавно были подведены итоги 14-го сезона Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». Каковы Ваши впечатления от конкурса 2010 года?

- Мне показалось, что в этом году конкурс удался. Были запоминающиеся проекты, активное обсуждение, споры. Постепенно становится «на крыло» общественная презентация проектов. «Лучник», таким образом, становится уже не просто церемонией «раздачи слов», а полноценной профессиональной двухдневной дискуссионной площадкой. Мы ввели новую номинацию, связанную с инновациями и высокими технологиями – тоже, вроде, сработало.

- А как все начиналось, 15 лет назад?

- Я выступал на каком-то круглом сто-

ле, проводимом Торгово-общественной палатой. Поскольку человек я ленивый и к выступлениям не готовлюсь, мой спич был, в значительной степени, импровизационным. И вот там, перед лицом, так сказать, своих товарищей, я сказал, что PR-отрасль уже обладает задачами и проблемами, которые сподручней решать коллегиально, и, прежде всего, это проблемы выработки профессиональных критериев «что такое хорошо, и что такое плохо». И поспособствовать решению этой проблемы могло бы учреждение национальной премии. Ну а дальше, как водится: сказал – делай.

- «Серебряный Лучник» - это уже 14 конкурсов, большое количество врученных статуэток, 5 томов книги «50 лучших проектов Национальной премии «Серебряный Лучник», и многое другое. Удалось ли достичь того, что задумывалось?

- Если я скажу, что 15 лет назад пронзил мысленным взором весь этот путь – это будет чистой ложью. Мы затеяли проект, определили его рамки и формат. Нужно отметить, что ни то, ни другое не менялось никогда. А дальше конкурс рос, и развивался сам. Это, естественный процесс.

- В 2010 году под брендом «Серебряного Лучника» сразу в 3 городах прошли региональные конкурсы: Новосибирск, Ростов-на-Дону, Самара,

а также прошла информация, что в ближайшее время под брендом «Серебряного Лучника» планируется проводить конкурсы и в других федеральных округах. Но при этом, на данный момент в 3 федеральных округах есть профессиональные премии (Воронеж, Екатеринбург, Санкт-Петербург), конкурсы проходят уже не один год, они плодотворно взаимодействуют с главной PR-премией страны. Как это стыкуется с заявленными планами Национальной премии?

- Нормально стыкуется. Тут не должно быть ненужной конкуренции, и честолюбие не должно превалировать над интересами отрасли. Существует ряд регионов, в которых самоорганизовались собственные премии. Здорово. Мы – двумя руками «за», при условии, что эти премии соблюдают общие базовые принципы профессиональной этики и методики оценки проектов. В других регионах инициатором возникновения таких премий стал «Серебряный Лучник». Естественно, опираясь на местное профессиональное сообщество. Тоже неплохо. Мне кажется, что «RuPoR», «Пробу», «Белое крыло», иные премии, обладающие «самостью» нужно всячески поддерживать. А взаимоотношения наши закреплены соответствующей декларацией, подписанной, если не ошибаюсь, представителями всех конкурсов

в области развития общественных связей, существующих в стране.

- Как Вы оцениваете победу Владимира Громова из Самары в номинации «Мастер»?

- Мне понравился Владимир. Открытый, профессиональный парень с отличным чувством юмора. И годовой отчет его компании я в руках подержал. Абсолютно профессиональная работа. Считаю победу, совершенно заслуженной.

- Как Вы оцениваете состояние отечественной PR-отрасли на данный период времени? Не создается ли впечатление, что отрасль развивается не так активно, как хотелось бы?

- Конечно создается. Любому из нас хотелось бы, чтобы отрасль развивалась скачкообразно.

Чтобы заказы сотнями, деньги потоком. Увы, так не бывает. Мы – консультанты в области развития общественных отношений и бизнес-коммуникаций. Развитие отрасли – производная от развития экономики в целом. Другое дело, что самое интересное сейчас происходит не в границах традиционного PR, а в сфере управления проектами. Мне кажется, специалисты по развитию общественных связей обладают навыками и знаниями для того, чтобы поактивней вторгаться на сопредельные территории.

24 декабря Игорь ПИСАРСКИЙ стал лауреатом Центрально-Черноземной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR» в номинации «За вклад в развитие общественных связей».



ТОМАС ГЭД, Brandflight International, основатель и ведущий бренд-стратег.

Работает в сфере создания брендов, коммуникаций и рекламы. Среди его клиентов многие известные во всем мире компании, такие как SAS (Скандинавские авиалинии), Procter & Gamble, Compaq, Microsoft, Telia, SEB, Nordea, BMW, Nokia (Connecting People) и Scania. В настоящее время Томас Гэд представляет консалтинговую компанию Brandflight с офисами в Стокгольме, Москве, Гамбурге, Париже и Лондоне.

Томас Гэд имеет опыт в разработке брендов территорий для Правительства Стокгольма и Kista Science City, Thanda Private Game & Spa Resort (South Africa), Vuokkati Log House & Are Skiresorts (Sweden), ISA (Invest in Sweden Agency). Последним успешным проектом команды Brandflight стала разработка бренда Тбилиси. Сейчас команда Brandflight работает по контрактам с Великим Устюгом и Уральским Федеральным Университетом.

Уникальным проектом можно считать работу по созданию Томасом Гэдом шведского национального фермерского бренда качества продукции Svenskt Sigill. Томас Гэд создал международно признанную методику создания и развития брендов в 4-х измерениях, написал и опубликовал это в своей книге 4-D Branding, с вступительным словом сэра Ричарда Брэнсона (Financial Times/Prentice Hall, London 2001).

15 апреля в Воронеже Семинар Томаса Гэда «Бренд региона – значимая составляющая экономического успеха»

15 апреля в конференц-зале Воронежского Государственного университета пройдет семинар известного шведского специалиста в области создания и развития брендов Томаса Гэда - «Бренд региона – значимая составляющая экономического успеха».

Томас Гэд, основатель и ведущий бренд-стратег Brandflight International, проведет 8-ми часовой семинар, посвященный тому, как сформировать бренд современного региона, эффективно вести коммуникации с использованием всех доступных инструментов и вовлекать в идеи как внешние, так и внутренние группы влияния.

Организатор семинара - воронежское PR-агентство РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века».

Стратегический партнер - администрация городского округа город Воронеж.

Официальные партнеры - ООО «Выставочный Центр ВЕТА», ТПП ВО, Воронежский Государственный университет, Отель «Петровский Пассаж».

Синхронный перевод будет обеспечивать известная переводческая фирма «Омписа» (г. Москва).

К участию в семинаре приглашаются: представители органов власти, коммерческих предприятий, научной и творческой интеллигенции, региональных образовательных учреждений, федеральных и региональных СМИ, специалисты в сфере PR, рекламы, маркетинга и брендинга.

В ходе семинара будут подробно представлены следующие темы:

- Что такое современный бренд (общая теория, глобальные тренды 2010-11х, бренды отношений). Бренд региона/города – особенности создания и развития (внутренние и внешние стейкхолдеры, платформа бренда и коммуникации)
- 4D Брендинг – технология позволяющая строить и управлять многомерными отношениями (описание модели, примеры успешных брендов)
- Бренд-код и Девиз бренда – основа принятия решений и коммуникации (составные элементы, карта коммуникаций бренда, вовлечение в процесс строительства бренда)
- Практическое управление: Проектируем бренд региона.

Участникам семинара будет выдан сертификат.

Стоимость участия 1 (одного) человека в семинаре – 14 400 рублей

Стоимость участия 1 (одного) человека в случае коллективной заявки (не менее 3-х человек) – 13 400 рублей

Для членов IABC, PACO, лауреатов PR-премий – 13 000 рублей

16 апреля в рамках деловой программы выставки «Отдых. Туризм. Спорт» пройдет круглый стол «Вовлечение жителей в брендинг территории». В работе круглого стола примут участие Томас Гэд, основатель и ведущий бренд-стратег Brandflight International, Сергей Митрофанов, генеральный директор Brandflight Москва, член Совета директоров Мединге Групп.

16 апреля в Воронеже в рамках круглого стола «Вовлечение жителей в брендинг территории» пройдет презентация проекта «Мастерская бренда», которую проведет Сергей Митрофанов, генеральный директор Brandflight Москва, член Совета директоров Мединге Групп.

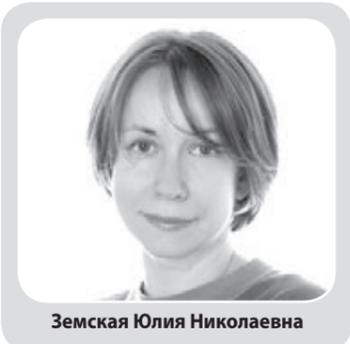
В рамках презентации Сергей Митрофанов подробно расскажет о проекте «Мастерская бренда», об опыте подобных проектов в других городах и странах, о достигнутых компаниями-участниками результатах. Будет возможность задать все интересующие вопросы. Проект «Мастерская бренда» создан специально для предпринимателей, которые настроены развивать свой бизнес, используя технологии брендинга XXI века, когда брендинг является стратегическим инструментом управления компанией, а не массовой рекламой, как это было в прошлом веке и до сих пор остается в России! Проект «Мастерская бренда» - это глубинное погружение в мир брендинга, - это синтез индивидуального консалтинга Томаса Гэда и групповой маркетинговой работы, это психологические эксперименты по воздействию бренда на окружающий мир и уникальная возможность увидеть свой бренд не только изнутри, но и снаружи, это индивидуальная и групповая работа, направленная на расширение возможностей и более широкого взгляда на развитие своего предприятия и бренда.

КОЛИЧЕСТВО МЕСТ ОГРАНИЧЕНО.

По условиям участия обращаться в РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века»
 тел. 8-960-115-75-24, consul-biznes@regionpr.ru

**НАМ – 20 ЛЕТ!****Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО)**официальный сайт www.raso.ru
e-mail: press@raso.ru info@raso.ru

Представляем членов Исполнительного совета Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО)

**Земская Юлия Николаевна**

Родилась в г. Барнаул (Алтайский край).

Кандидат филологических наук, доцент. Является автором более 50 статей и пособий, в том числе по проблемам политической коммуникации, спичрайтинга и пр.

Около 10 лет преподает гуманитарные дисциплины студентам специальности «Связи с общественностью» в Алтайском государственном университете, руководит написанием курсовых и дипломных работ. Под ее руководством была написана дипломная работа, признанная Лучшей выпускной квалификационной работой по связям с общественностью 2009 года.

С 2006 по 2009 гг. была координатором проекта Международного форума по связям с общественностью «PR-Охота!», который был отмечен дипломами профессионального PR-сообщества (диплом Уральской премии за достижения в сфере общественных связей «Белое крыло», г. Екатеринбург, 2006 г.; диплом премии в области связей с общественностью PROBA-IPRA Golden World Awards, г. Санкт-Петербург, 2007 г.), а также был победителем конкурсов грантов Администрации Алтайского края.

В 2008 г. стала одним из учредителей НП «Алтайская региональная ассоциация по связям с общественностью» (НП «АлтРАСО»). В течение полутора лет ассоциацией были проведены форумы, круглых стола и др. Кроме того, АлтРАСО была осуществлена оргподдержка ряда проектов Администрации Алтайского края.

С 2010 года является Исполнительным директором Российской Ассоциации по связям с общественностью.

В декабре 2010 года избрана в состав Исполнительного совета РАСО.

**Макаркина Наталья Александровна**

Родилась 1984 году в г. Тольятти Самарской области, образование высшее, в 2006 году окончила НОУ

«Тольяттинская академия управления» с присвоением квалификации менеджер по специальности «менеджмент организации» (в итоговом рейтинге выпускников 2006 года заняла 2-е место).

В 2007-2008 гг. прошла обучение в Академии народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации по программе повышения квалификации «Государственное управление в области промышленности и энергетики».

С января 2004 года по июль 2005 года работала в должности помощника бухгалтера в СП ЗАО «Джи Эм-АВТОВАЗ».

С июля по октябрь 2005 года работала в должности бухгалтера по работе с кредиторской задолженностью в СП ЗАО «Джи Эм-АВТОВАЗ»;

С октября 2005 года по август 2006 года работала в должности директора проекта в проектно-исследовательском центре Тольяттинской академии управления;

С сентября 2006 года по ноябрь 2007 года работала в должности директора центра инновационных образовательных технологий в Тольяттинской академии управления;

С декабря 2007 по июль 2008 – главный специалист-эксперт отдела стратегического планирования и научно-исследовательских работ Департамента экономического анализа и перспективного планирования Минпромэнерго России.

До 2010 – Начальник отдела коммуникативных технологий Департамента системного анализа и стратегического планирования Минпромторга России.

С 2010 года - PR-менеджер Фонда развития Центра разработки и коммерциализации новых технологий «Сколково».

В декабре 2010 года избрана в состав Исполнительного совета РАСО.

**Малявина София Андреевна**

Родилась 26 марта 1982 года. В 2003 году окончила Тольяттинскую академию управления по специальности «Филология».

Обладатель дипломов программы MBA, Michigan Flint University, USA: «Marketing», «Operations management».

Прошла профессиональную подготовку по программе «Подготовка управленческих кадров для реформирования системы общего образования».

С 2007 по настоящее время – аспирант Института философии РАН.

С 2004 по 2007 год возглавляла пресс-службу Министерства промышленности и энергетики Российской Федерации. Отвечала за коммуникационное сопровождение реализации федеральной промышленной политики. Обеспечивала информационно-аналитическое и методологическое сопровождение ключевых инфраструктурных проектов в сфере энергетики. Курировала работу официальных печатных изданий Министерства и интернет-сайта Минпромэнерго России.

В 2006 и 2007 годах в рамках программы профессиональной подготовки «Государственное управление экономическим развитием» Академии народного хозяйства при Правительстве РФ вела курс «Роль коммуникационных технологий в управлении проектами и программами».

С октября 2007 – помощник Министра здравоохранения и социального развития Российской Федерации, пресс-секретарь. Курирует реализацию информационной политики Министерства в сфере здравоохранения и социальной политики, а также государственные коммуникационные проекты по формированию здорового образа жизни, пропаганде массового донорства, развитию пенсионной системы и рынка труда.

Советник государственной гражданской службы Российской Федерации 3 класса.

Указом Президента Российской Федерации №1610 от 17.11.2008 награждена «Орденом Дружбы».

Лауреат Премий Медиа-менеджер России 2009, Серебряный лучник-2008 и IPRA Golden Awards 2010 за Программу развития массового безвозмездного донорства

Обладатель дипломов победителя Московского международного фестиваля рекламы за ролики в рамках программы по формированию здорового образа жизни «Здоровая Россия» и «Премии Рунета» за портал по здоровому образу жизни takzdorovo.ru

С 2008 года член Исполнительного совета Российской Ассоциации по связям с общественностью.

**Мединская Татьяна Ростиславовна**

С отличием окончила Финансовую Академию при Правительстве РФ.

Кандидат экономических наук.

В 1996-1998 гг. работала финансовым консультантом в ряде российских компаний.

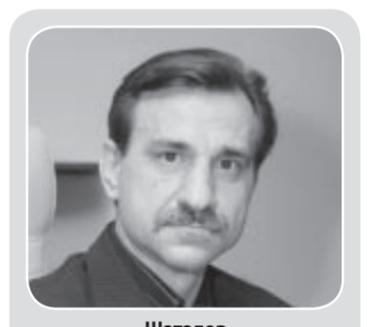
Работает в сфере рекламы и PR более 10 лет.

С 1998 работает в Коммуникационной группе Корпорация «Я».

Прошла путь от менеджера до Исполнительного директора. Управляет всеми крупнейшими рекламными и event-проектами группы.

В 2007-2008 гг. - советник президента РАСО.

С 2008 года член Исполнительного совета Российской Ассоциации по связям с общественностью.

**Шаталов Геннадий Васильевич**

Родился 28 июля 1966 года в с.Битюг-Матреновка Эртильского р-на Воронежской области.

Окончил Воронежское Высшее Военное Инженерное Училище Радиоэлектроники (ВВВИУРЭ), Схидноукраинский Державный Университет, г.Луганск (специальность «правоведение», квалификация – юрист)

С 1992 по 1996 год – учредитель и руководитель индивидуального частного предприятия «Консалтинг»

В 1997 году – помощник депутата Муниципального Совета города Воронежа

С 1998 по 2000 год – заместитель директора Департамента программ городского развития администрации города Воронежа.

С 2002 по настоящее время – председатель Правления Регионального фонда содействия молодежному предпринимательству «Молодежь Воронежа 21 века»

С 2005 года – инициатор и организатор, президент Всероссийского конкурса «Центрально-Черноземная премия в области связей с общественностью «RuPoR».

С 2007 года – член Экспертного совета Национальной премии в области развития связей с общественностью «Серебряный Лучник»

С 2008 года – президент Коммуникационной Группы «Region PR»

С 2008 года – издатель и главный редактор Газеты о развитии бизнес-коммуникаций «RuPoR»

С 2009 года – вице-президент IABC/Russia, руководитель Комитета по региональному развитию Российского отделения Международной Ассоциации бизнес-коммуникаторов.

С июня 2010 года является официальным представителем РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века» в Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО).

С 2010 года член Исполнительного совета Российской Ассоциации по

связям с общественностью.

С 2010 года – член Жюри Национальной премии в области развития связей с общественностью «Серебряный Лучник»

Дипломант Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» 2009 года.

Лауреат Международного конкурса признания профессиональных достижений в сфере PR и рекламы «Золотой Соболь» в номинации «Лучший PR-проект в некоммерческой сфере»

Автор многочисленных публикаций в региональных СМИ, автор-составитель 4-х сборников из серии «Энциклопедия предпринимателя Воронежской области», сборника «Путеводитель по PR», и др..

**Некрасевич Алла Семёновна**

Окончила Пермский государственный институт культуры (специальность: культурно-просветительная работа), сценарно-киноведческий факультет ВГИКа им. С.А. Герасимова (специальность «Киновед-кинокритик»), Центральный межотраслевой институт повышения квалификации при МИНГ им. И. М. Губкина. Специальность: «Маркетинг, менеджмент внешнеэкономической деятельности».

Генеральный директор открытого всероссийского конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью «Хрустальный апельсин».

Автор и руководитель учебно-квалификационных программ «Связи с общественностью» и «Бренд-менеджер – специалист по маркетинговым коммуникациям» Института репутационных технологий «Арт&Имидж».

Преподаватель курса «Связи с общественностью» программы МБА Института бизнеса и делового администрирования АНХ при Правительстве России.

Заведующая кафедрой «Связи с общественностью» института дополнительного профессионального образования Московского государственного университета культуры и искусств (ИДПО МГУКИ).

Руководитель Образовательного центра РАСО им. С.Д. Беленкова Почётный член РАСО.

С 2010 года член Исполнительного совета Российской Ассоциации по связям с общественностью.

RuPoR PR-библиотека

«Труд во имя» вышла в свет

Вышла в свет художественная книга Романа Масленникова «Труд во имя». Роман ответил на несколько вопросов Геннадия Шаталова.

- Поздравляем с первой художественной книгой. А почему, после литературы профессиональной, и вдруг художественное произведение?

- Спасибо. Надоело писать пресс-релизы и посты в блог - решил сделать что-то подлиннее. Действительно «вдруг» - собирался написать книги года 3, а процесс уложился в 1 год.

- О чем Ваша книга?

- Первая – «Самый умный» - о душе, вторая – «Труд во имя» - о действиях. Это как первые читатели сказали, и я с ними согласен.

- У книги есть реальный персонаж?

- Реального персонажа нет, и все истории выдуманы. Герой книги - это собирательный образ. А брать кого-то одного в качестве прототипа - это так только некрологи и книги серии ЖЗЛ пишут. Возможно, в будущем напишу - мне стал интересен «детектив» Аарона Бара и его «похождения» в социальных сетях.

- А почему в этот раз, был выбран электронный вариант, и именно, bookee.ru

- Других вариантов просто не было. Все как обычно отказались, но рукописи, я считаю, долго вылеживать в столе не стоит - это не вино и не коньяк. Кстати, Геннадий, вы очень приятно сделали «описку» в названии портала - Букер. Я исправил. Надеюсь, получу электронного Букера, а потом и до реального рукой подать!

- Будет ли продолжение?

- Будет обязательно. Что стало через 100 лет - это фантастика - о будущем, и о будущем пиар-технологий. Хотя я фантастику ненавижу, если это не произведения Андрея Рубанова.

- Насколько писательская «ниша» помогает вам на рынке профессиональных PR-услуг.

- Не помогает пока никак - только «отнимает» время от бизнеса. Дальше посмотрим. В удовольствие, в общем, творю.



Комментарий

от Геннадия Шаталова

Роману мои поздравления и хороших продаж книги.

Коллеги, мне первый опыт Романа понравился, такой незатейливый «детективчик» про пиарщиков. Всем рекомендую прочитать <http://bookee.ru/catalog/literature/trud-vo-imja/>

Кстати, там есть вставки из моего блога «Записки провинциального пиарщика», которые также скоро можно будет прочитать уже в моей книге

7-я межрегиональная специализированная выставка

Отдых. Туризм. Спорт



Круглый стол
«Вовлечение жителей в брендинг территории»
с участием Томаса ГЭДА

15-16 апреля 2011
ВОРОНЕЖ

ОРГАНИЗАТОРЫ:



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

Правительства Воронежской области
Администрации городского округа г. Воронеж

Тел./факс: (4732) 51-20-12 (многоканальный), 77-48-36
E-mail: pr@veta.ru, www.veta.ru

RuPoR PR в Интернете

Продвижение в Интернете

Про продвижение национальных корпораций в Интернете и про продвижение их в крупных мегаполисах пишут и говорят много. Но как продвигать средний бизнес, сфера интересов которого определенный регион? Чем может помочь интернет?

1. Брендинг территорий

Ни для кого не секрет, что название городов все запоминают хорошо, но с каждым городом обычно что-то ассоциируется. Предположим, что наш продукт является не просто уникальным, а историческим и мы можем написать легенду, и историю близлежащего селения или города в котором мы живем, при этом название нашего продукта будет проходить красной нитью через всю легенду! Зачем это нужно, в первую очередь для того, чтобы туристы и местные жители ассоциировали место с нами, нашей компанией и нашим брендом. Один из вариантов разработка промо сайта посвященного истории территории, достопримечательностям и экскурсионным маршрутам. При постановке правильных задач команде это не будет стоить сильно дорого.

2. Продвижение в twitter

Для чего региональным компаниям twitter? Как его можно использовать? В первую очередь необходимо собрать базу пользователей, которые проживают в непосредственной близости (город, район) от региона, где компания оказывает свои услуги. Что делать с этими пользователями дальше? Как сделать их лояльными к бренду? Все зависит от бизнеса, которым компания занимается. В случае с компаниями, которые занимаются розничной торговлей через интернет, можно ввести специальные скидки на заказ через twitter. Twitter позволяет эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией, посредством оперативной обратной связи. Дополнительно можно мониторить все сообщения, в которых упоминается компания и оперативно отвечать на них. Нет смысла дублировать новости с основного сайта компании, это уместно только в том случае, когда эти новости действительно будут интересны и значимы для целевой аудитории.

3. Продвижение вКонтакте

Основная масса молодежи предпочитает ВКонтакте в качестве основной социальной сети. Средний возраст активной аудитории от 16 до

35 лет. Для эффективного продвижения в этой социальной сети необходимо помимо создания сообщества обратить внимания на тематические сообщества. Возможно, есть группа любителей «чего-то» близкого к деятельности компании, в регионе, который потенциально интересен. Такую группу можно «брендировать» разместив там информацию о компании и проводя регулярные конкурсы. Свое сообщество можно превратить в некое подобие форума, где пользователи могут задавать интересующие их вопросы.

4. Продвижение через сервисы коллективных покупок

Эра скидок началась. В западных странах, прежде чем пойти поужинать в ресторан печатают себе купон на скидку. До нас эта тенденция добралась совсем недавно. Сервисы коллективных покупок позволяют привлечь внимание потенциальных покупателей к вашему бренду и вашим услугам. При этом надо понимать, что скидка рассчитывается так, чтобы компания не ушла в минус, а сработала при минимальной прибыли, но благодаря большому количеству клиентов выручка не уменьшится, а увеличится. По статистике не все пользователи купившие купон, воспользуются им. Многие могут просто забыть про него. Поэтому не стоит ждать сразу вала звонков от потенциальных покупателей. Купонаторы уже широко известны в Москве, только набирают обороты в регионах, тогда как наряду с известными сайтами начинают появляться местные региональные аналоги, которыми тоже не стоит пренебрегать.

5. Продвижение через facebook

Facebook в России набирает обороты, с каждым днем кол-во пользователей увеличивается. Основная масса активных пользователей из России это люди так или иначе связанных с бизнесом. Конкурсы и «брендирование» уместно вКонтакте, в facebook не пройдет. Здесь не принято отмечать друзей на фотографии с поздравлением с новым годом и добавлять друзей в различные группы.

Пользователи очень ревностно относятся к каждому действию со стороны друзей. Что же делать? Мне кажется, для региональных компаний лучше всего подойдет объединение пользователей вокруг определенной проблемы, которую компания может помочь решить. Например, создается страница, на которой собираются пользователи недовольные качеством образования в своем регионе, которые готовы платить за образование своих детей. Эта страница создается частной школой, которая время от времени публикует информацию о том, куда отправить ребенка учиться и сколько это стоит. Основная задача выделить себя на фоне конкурентов, но так, чтобы это не выглядело заказным материалом или прямой рекламой. Возможно пригласить сторонних экспертов к обсуждению. Главная задача это обнаружить проблему, описать ее и дать пользователям оптимальное решение с использованием продукции и технологий вашей компании.

6. Продвижение сайта в поисковых системах

Классические SEO методы популярны до сих пор, и останутся популярными, пока будут существовать поисковые системы. Очень важно, чтобы ваш сайт был в поисковой выдаче на первых позициях именно в вашем регионе. Т.к. очень часто бывает, что на сайте высокая посещаемость, но нет заказов, при анализе выясняется, что большинство пользователей из другого региона. Региональная составляющая продвижения в данном случае играет ключевую роль. Многие региональные ресурсы не думают об оптимизации для поисковых систем, а зря – это позволяет увеличить целевые переходы и как результат – продажи!

7. Специальные акции и предложения для клиентов

В любом регионе нашей страны есть местные крупные региональные порталы, на которые жители города заходят, чтобы посмотреть погод, прочитать новости, ознакомиться с программой телепередачи и т.п. Никто не мешает вашей

Андрей ЯБЛОНСКИХ



директор по развитию РБК СОФТ.

компании сделать спец.проект с таким порталом. Например, вы можете «брендировать» страничку с прогнозом погоды, или полностью забрендировать главную страницу сайта. Стоимость такой услуги в каждом регионе разная, но эффект один, большинство активных пользователей региона узнают о компании, а если компания новая, то заинтересуются услугой.

Об авторе:

Андрей Яблонских

Директор по развитию РБК СОФТ. Директор по развитию образовательного проекта Развитие Интерактивных Коммуникаций и центра дополнительного образования филологического факультета РУДН. Автор курса «PR и реклама в Интернете» в РУДН

Интернет-технологиями (разработкой сайтов, мультимедиа-презентаций, PR продвижением и т.п.) занимается с 2002 года. На сегодняшний день специализируется на консалтинге в области продвижения брендов в Интернете с использованием синергии традиционных методов и социальных сетей. Выступает интернет-экспертом на конференциях и форумах. Лауреат премии «Блог Рунета 2010» в номинации «Лучший бизнес блог». Консультант по вопросам Social Media Relations и PR в Интернете ряда компаний

Образование высшее - РУДН специальность «Специалист по связям с общественностью»

Незаконченное высшее МАИ специальности «Радиоэлектроника ЛА» и «Информационный менеджмент»

В данный момент заканчивает аспирантуру филологического факультета РУДН.

В Воронеже состоялась XI церемония награждения победителей всероссийского конкурса «Хрустальный апельсин»



23 марта в 17:00 в актовом зале главного корпуса Воронежского Государственного Технического Университета прошла XI церемония награждения победителей регионального тура Всероссийского конкурса студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный апельсин».

На церемонии награждения регионального тура Конкурса собралось более 200 гостей. Конкурс, уже в который раз объединил представителей профессионального PR-сообщества и департаментов крупных воронежских компаний, представителей государственных структур, студентов и преподавателей из ВУЗов г. Воронежа, неравнодушных к общественным связям.

На традиционной пресс-конференции с участием официального представителя Конкурса в Центрально-Черноземном регионе **Л.В. Паринова**, членов жюри и почетных гостей – ректора ВГТУ **В.П. Петренко**, декана естественно-гуманитарного факультета **С.М. Пасмурнова**, ректора Воронежского института высоких технологий – **И.Я. Львовича**, главного редактора газеты «Молодой коммунар» **Д.Н. Пименова**, руководителя службы маркетинга, PR и рекламы выставочного центра «ВЕТА» **О.А. Рючиной**, директора Воронежского филиала HeadHunter **И. Веретенниковой** – студенты и представители СМИ услышали рассказ о пути к успеху, планах на будущее и взглядах на современные связи с общественностью.

Петренко Владимир Романович: «В свое время, когда принималось решение об открытии в университете кафедры «Связи с общественностью и педагогика», было опасение, что кроме красивого названия она ничего не даст. Но сейчас, видя востребованных, успешных, реализовавшихся в своей профессии выпускников этой самой кафедры, я понимаю, что все опасения были напрасны. И церемония «Хрустального Апельсина» – это одно из лучших доказательств профессиональной подготовки наших студентов».

В 2010-2011 учебном году на региональный тур конкурса было подано 53 работы (из них 3 – Воронежский институт высоких технологий, 50 – Воронежский государственный технический университет). В финал вышло 36 работ по 10 номинациям. Не состоявшейся была объявлена номинация «Связи с общественностью в сфере экологии». Наибольшее количество работ отмечено в номинациях «Теория и методология связей с общественностью» (12) и «Связи с общественностью в науке и образовании» (10) и в специальных номинациях от партнеров конкурса ВЦ «ВЕТА» и общественно-политической газеты «Молодой коммунар» (7 и 6 соответственно).

Особый интерес в этом году у участников Конкурса вызвала номинация «Связи с общественностью в международной сфере – имидж России», на которую было подано 5 работ. В числе вопросов, волновавших студентов можно отметить: аспекты позиционирования Воронежского региона на региональном и федеральном уровнях, роль связей с общественностью в формировании и продвижении имиджа региона, PR в молодежной политике, как средство формирования положительного имиджа Воронежа и др. Почетная миссия награждения победителей в данной номинации легла на председателя Правления РФСМП «Молодёжь Воронежа 21 века», вице-президента Российского отделения Международной Ассоциации бизнес-коммуникаторов (IABC/Russia), члена Исполнительного совета Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) **Ген-**

надия Шаталова, организатора ряда мероприятий на тему «Брендинг территорий» в рамках проекта празднования 425-летия города Воронеж. **Геннадий Шаталов** сказал – «Проекты в сфере брендинга территорий, формирования положительного имиджа страны и регионов, сейчас актуальны, как никогда. Позвольте мне наградить Ларису Паринову, человека, благодаря кому у нас проходит «Хрустальный апельсин» правом на бесплатное участие в семинаре Томаса Гэда – «Бренд региона – значимая составляющая экономического успеха», а победителя в данной номинации наградить книгой «50 лучших проектов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». Настоятельно рекомендую кафедре «Связи с общественностью и педагогики» ВГТУ взять и снять фильм про развитие общественных связей в Воронеже, я в свою очередь, готов выступить партнером данного фильма».

На третий итоговый тур в г. Москву было отправлено 5 работ, соответствовавших всем формальным требованиям Конкурса: **Светлана Бутузова, Елена Евтухова** – «Повышение эффективности выставки «Здравоохранение. Стоматология»; **Валерия Сочивка** – «Создание долгосрочного имиджа политика за счет продвижения всей партии в краткосрочный период»; **Олеся Селезнева, Нина Тюрина, Екатерина Агеева, Дарья Грибанова, Елена Евтухова, Екатерина Казанина** – «Резонанс»; **Лилия Чусова** – «Образование без границ»; **Татьяна Кашко** – «Связи с общественностью в социально-профессиональной структуре общества».

По традиции церемонию готовили студенты первого курса. В этот раз основной темой мероприятия было черно-белое кино. Выбор общей стилистики обусловлен тем, аналогией между появлением первого фильма и PR, которые оба прошли нелегкий путь своего становления и вызвали неоднозначную реакцию общественности. Параллель между двумя этими творениями человечества сохранялась на протяжении всего торжества. Ведущие были одеты в черно-белые наряды, выход гостей предваряли кадры из старых кинофильмов и отрывки из комедий с Чарли Чаплином.

Впервые церемония награждения в Воронеже проводилась в 2000 году. «Хрустальный апельсин» – это первый шаг воронежских студентов на пути профессионального признания сначала в региональном масштабе, а за тем и по всей России.

Конкурс проводится в целях формирования социальной активности у студентов, преодоления разрыва в качестве образования между столичными и региональными ВУЗами, создания единого коммуникационного пространства для студентов, обучающихся по специальности связи с общественностью и смежным специальностям.

Л.В. Паринова: «Профессиональный авторитет зависит не только от знаний и умений специалиста, а от того, насколько они реализованы на практике, от того, знают ли вас в профессиональной сфере. И самое главное, от того, что вы лично сделали, для получения и знаний, и опыта работы, и профессионального авторитета. Кафедра «Связи с общественностью и педагогика» уже в стенах вуза представляет студентам много возможностей для получения практического опыта: мастер-классы и тренинги ведущих PR-специалистов, работа над проектами в Центре общественных связей кафедры, участие в профессиональных конкурсах. Одним из таких конкурсов является «Хрустальный апельсин». Цель конкурса – достижение со-

ответствия требованиям, предъявляемым к квалификации PR-специалиста, к уровню его профессиональной подготовки, соответствия обязательного минимума освоения дисциплин по специальности. Поэтому конкурс студенческих работ в области связей с общественностью рассматривается как фактор подготовки специалиста к предстоящей практической деятельности, а также как лично ориентированная практика студентов, в которой решаются, в том числе, задачи формирования профессионально-познавательной самостоятельности и базовых характеристик личности будущего специалиста. «Хрустальный апельсин» – это не просто конкурс, это еще и возможность попробовать свои силы в организации и проведении специальных мероприятий (церемонии награждения). Реализация практических проектов по организации и проведению специальных мероприятий становится практической платформой, на которой студенты (с первого по пятый курсы) получают возможность закрепления на практике теоретических знаний, апробации своих способностей и возможностей, приобретения уверенности в себе и своих силах. А для многих работодателей отбор «Хрустального апельсина» является показателем профессионализма выпускника. Если студент использует все эти возможности, он получает готовое портфолио, самореализацию и востребованность в профессиональной среде».

Обладателями дипломов за первое место стали участники Конкурса в номинациях: Номинация от ВЦ «ВЕТА» – **Светлана Бутузова, Елена Евтухова** – «Повышение эффективности выставки «Здравоохранение. Стоматология»;

Номинация «СО в государственном управлении и силовых структурах» – **Светлана Швырева** – «Рисковые коммуникации в социально-экономическом управлении»;

Номинация «Связи с общественностью в международной сфере – имидж России» – **Ирина Першина** – «Связи с общественностью в формировании и продвижении имиджа региона на примере Воронежской области»;

Номинация «Связи с общественностью в области политики и избирательных технологий» – **Валерия Сочивка** – «Создание долгосрочного имиджа политика за счет продвижения всей партии в краткосрочный период»;

Номинация от общественно-политической газеты «Молодой коммунар» – **Мария Сорокина** – «Корпоративная социальная ответственность бизнеса на страницах Воронежской прессы»;

Номинация «Связи с общественностью в коммерческой сфере» – **Олеся Селезнева, Нина Тюрина, Екатерина Агеева, Дарья Грибанова, Елена Евтухова, Екатерина Казанина** – «Резонанс»;

Номинация «Связи с общественностью в социальной сфере» – **Лилия Чусова** – «Образование без границ»;

Номинация «Связи с общественностью в сфере культуры, науки, спорта и шоу-бизнеса» – **Ирина Гринкина** – «Организация и проведение PR-кампаний в сфере здравоохранения Воронежской области»;

Номинация «Теория и методология связей с общественностью» – **Татьяна Кашко** – «Связи с общественностью в социально-профессиональной структуре общества»; Номинация «Связи с общественностью в науке и образовании» – **Евгения Астахова** – «Информационные технологии в медиарилейшенз».

Большинство общественных организаций в России создается для решения чьих-то бизнес-задач



23 марта 2011 года по инициативе российского отделения Международной Ассоциации Бизнес-коммуникаторов (IABC/Russia) и при поддержке КГ PRотект в РИА Новости был проведен круглый стол «Столкновение интересов бизнеса и общественности: как отличить реальность от PR?».

Данная тема была выбрана не случайно. Нередко в наши дни возникают ситуации, когда бизнес атакован общественными структурами, но не всегда понятно, какие силы стоят за ними.

По словам открывшего дискуссии главы IABC/Russia и группы Insiders **Андрея Лапшова**, цель дискуссии - разобраться, что же превалирует в деятельности общественных организаций, - реальная защита интересов общества или борьба за чьи-то бизнес-интересы. Для ответа на этот вопрос были приглашены представители общественных организаций, бизнес-структур, а также консультанты по PR.

Председатель совета директоров КГ «Пресс Холл» **Михаил Дворкович** согласился, что многие общественные организации в России занимаются лишь тем, что критикуют и задают вопросы. Ответов от них почти никогда не бывает. «Редкое исключение, когда общественные организации создаются людьми, болеющими за какую-либо идею, а чаще создаются как инструмент лоббирования коммерческих интересов». По словам г-на Дворковича, большинство общественных организаций создано бизнес-структурами, политиками или государственными учреждениями. «В стране ушло на задний план понятие совесть, а это



база человеческих отношений. Общественные организации, при создании руководствуясь благими намерениями, не всегда могут устоять от соблазнов получить деньги. Вот именно это и мешает общественнику быть общественником! Если бы у нас существовало гражданское общество, мы бы не теряли время сегодня, обсуждая эти вопросы».

Как сообщил начальник управления общественных коммуникаций компании ОАО «АК «Транснефть» **Игорь Демин**, в практике его компании есть случаи позитивной работы с экологами: согласование прокладки трасс с минимальным нанесением вреда природе, совместная с экологами борьба с незаконной постройкой трубы в Подмоскowie. Однако «есть общественные организации, цель которых - получение сверхприбылей или политических дивидендов». Так Игорь Юрьевич привел живой пример из жизни его компании: в период раскрутки российской нефти на Тихоокеанском рынке многие начали зарабатывать на фьючерсах, на прогнозируемой цене нефти. Спекулянты зарабатывают на том, что определяют, какая цена будет завтра: выше или ниже сегодняшней. Угадавшие могут заработать большие деньги. «В стоимости нефти большое значение имеет стабильность, непрерывность прокачки этой нефти. Когда раскручивается новый сорт, огром-

ное внимание уделяется магистральному трубопроводу, чтобы не было никаких аварий. Со стороны местного парламента Якутии начались вбросы информации, что случаются частые протечки на магистральном трубопроводе. Как только появляется подобная информация, стоимость фьючерсов резко опускается. Таким образом, общественные организации используют подобную ситуацию в качестве источника для зарабатывания денег».

«Регулирование подобных ситуаций - есть одна из главных задач консультантов коммуникационного агентства «Р.И.М. Porter Novelli», - заявил генеральный директор **Яков Миневиц**. «Мы должны помогать балансировать интересам и находить формат взаимодействия, который будет выгоден и бизнес-сообществу и местным сообществам. Существует категория людей, которая действительно хочет решать подобные проблемы. Так давайте поддерживать те организации, которые реально работают, занимаются решением проблем. Для бизнеса - это давление на местную власть. Нормальный крупный системный бизнес заинтересован в том, чтобы были нормальные общественные организации, с которыми можно вести диалог».

«Законом не установлена ответственность чиновника, который принял или не принял незаконное решение, нет системы. Гораздо проще было бы обращаться в суд, а не устраивать шумиху в прессе. Сегодня, как правило, такие конфликты решаются при помощи общественного резонанса». Это мнение **Вячеслава Леонтьева**, управляющего партнера адвокатского бюро «Леонтьев и партнеры».

Член координационного совета общественного движения «Арнадзор» **Константин Михайлов** считает, что, несмотря на то, что бывали случаи, когда помогали органы правопорядка и есть примеры выигранных судов против недобросовестных застройщиков, ключевым фактором успеха остается публичность. «Должна быть сверхгласность! Это приносит свои плоды» - подвел итог своему выступлению г-н Михайлов. Вице-президент компании КРОС **Олег Солодухин** вторит ему: «В современном обществе кроме PR ничего не существует. В любом случае, картину мира мы получаем из медиа, а медиа - это абсолютизация той или иной стороны реальности. Мы не знаем объективной картинки, мы знаем только то, что нам предлагается».

Генеральный директор коммуникационного агентства «ИРИ Медиа» **Кирилл Щеглов** закрыл дискуссии словами о том, что общественные организации часто создаются коммерческими структурами в чьих-либо интересах, но за организациями всегда стоят живые люди. Общественные организации, решая отдельные за-

дачи, должны прислушиваться к мнению общественности. «При этом нужно думать не только о чьих-то интересах, но и о своих обещаниях, данные близким».

Дискуссия вокруг заданной проблематики оказалась настолько бурной, что участники круглого стола пришли к выводу - вопросов больше, чем ответов. Общественные организации могут быть субъектом лоббирования интересов бизнеса, протектировать интересы конкурентов, а также могут быть и яркими про-



тивниками деятельности многих организаций в одной отрасли. Бизнес должен быть социально ответственным и открытым для конструктивного диалога с представителями общественности. Модератор **Николай Студеникин** подытожил складывающееся из дискуссии мнение, что «третий сектор» должен стать мощным инструментом давления как на государство, так и на бизнес, и его потенциал всегда будет в цене. При этом PR уже давно стал частью реальности, и исключать его из каких-либо общественно-значимых и бизнес-процессов уже просто невозможно.

Для справки:

IABC (International Association of Business Communicators) - международное объединение специалистов, работающих в области стратегического управления и бизнес-коммуникаций. IABC связывает коммуникаторов всего мира в единую сеть, способствующую установлению, поддержке и развитию высоких профессиональных стандартов, а также продвижению новых идей в сфере бизнес-коммуникаций.

РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века» - одно из ведущих PR-агентств Центрального Черноземья

Основные услуги РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века»:

- комплексное информационное и PR сопровождение деятельности предприятий и проектов;
- разработка стратегии и тактики PR-кампании;
- организация деятельности PR-службы на предприятии;
- внутрикорпоративные коммуникации;
- антикризисные коммуникации;
- копирайтинг, редакционно-издательская деятельность;
- создание и продвижение сайтов.

РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века» является учредителем:

- Регионального PR-портала www.regionpr.ru
- ИА «Молодежь Воронежа 21 века» www.molvrn.ru

С НАМИ ВАС УСЛЫШАТ! С НАМИ О ВАС УЗНАЮТ!

- Газеты о развитии бизнес-коммуникаций «RuPoR»

РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века» является корпоративным членом Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО)

Дипломант Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» 2009 года

Лауреат Международного конкурса признания профессиональных достижений в сфере PR и рекламы «Золотой Соболь» в номинации «Лучший PR-проект в некоммерческой сфере»

Сотрудники РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века» являются членами Международной Ассоциации бизнес-коммуникаторов (IABC).



Контактная информация:
 394036, г. Воронеж,
 пр-т Революции, 22, офис 202,
 тел./факс. (473) 261-62-43,
 тел. (473) 292-83-00, 8-960-115-75-24
consul-biznes@regionpr.ru
www.regionpr.ru
www.artvrn.ru
www.rupor.regionpr.ru
www.molvrn.ru



«Международный конкурс деловой журналистики PRESSЗВАНИЕ»

www.presszvanie.ru

Тел.8(495) 783-29-61, 107031, Москва, ул.Петровка 17, стр.2, оф.107

Международный конкурс деловой журналистики «PRESSЗВАНИЕ»

В основе конкурса (проводится с 2006 года) – мониторинг нескольких тысяч деловых, специализированных и общеполитических СМИ, который проводится на базе интернет-библиотеки СМИ Public.ru и охватывает все регионы Российской Федерации.

Сравнительный анализ проходят и публикации иностранных корреспондентов, аккредитованных в России. Их оценивают с точки зрения актуальности, объективности, фактологической точности, компетентности многосторонних экономических отношений.

Всего за предыдущие годы в конкурсе приняло участие более 900 авторов публикаций о строительном комплексе, телекоммуникациях и IT-технологиях, инвестициях и банковской деятельности, атомной энергетике, авиации и авиапроме, туризме и гостиничном бизнесе, промышленной индустрии, природных ресурсах, транспорта, топливно-энергетического комплекса, потребительских рынков и др.

Новые номинации 2011г.: «Агропром» и «Инновации».

Цель конкурса – поддержка, выражение признательности авторам публикаций, которые стремятся к объективному, глубокому освещению событий экономической и предпринимательской жизни страны, анализируют тенденции, освещают достижения, создавая предпосылки для эффективного международного сотрудничества.

Конкурс поддерживается Министерством промышленности и торговли РФ, Министерством энергетики РФ, Министерством сельского хозяйства РФ, Советом Ассоциаций медийной индустрии (САМИ), Ассоциацией менеджеров России (АМР), Российской Ассоциацией по связям с общественностью (РАСО), Международной Ассоциацией бизнес-коммуникаторов (IABC Russia), Гильдией издателей периодической печати (ГИПП).

Учредители: Межрегиональное общественное объединение «Московская Ассоциация предпринимателей» (МООО МАП) и Российский Союз промышленников и предпринимателей (РСПП). www.presszvanie.ru

Экспертный Совет приступил к работе

Более 50 специалистов в области энергетики, сельского хозяйства, финансов, инноваций, нанотехнологий, атомной энергетики и потребительских рынков приступили к экспертной оценке работ Международного конкурса деловой журналистики «PRESSЗВАНИЕ».

Всего на соискание премии в области деловой журналистики в 9 профильных номинациях выдвинуто 226 работ из федеральных и региональных СМИ. Также рассматриваются программы телеканалов «Первый», «Россия 24», РБК ТВ, РЕН ТВ, «Эксперт ТВ», «Альянс Медиа ТВ»; радиостанций «Сити FM», «Эхо Москвы», Финанс FM, Радио России, Бизнес FM.

Конкурс проводится на основе мониторинга. Партнер номинации задает тему, основываясь на актуальных для отрасли тенденциях и событиях. Например, в номинации «Агропром» темой мониторинга была «национальная продовольственная безопасность», в номинации «Атомная энергетика» – «российские технологии на глобальном рынке». Тема венчурных фондов, стартапов и бизнес-ангелов оказалась актуальной для номинации «Инновации», а «приватизация» – для специальной номинации «Зона особого внимания». Новые технологии рассматривались в номинации «Финансы и банковская деятельность» – при мониторинге не пропускали интересных статей о «мобильном банкинге» и «международных коммуникациях». Интересно, что в номинации «Нанотехнологии» в группу лучших попали авторы из Ижевска, Перми, Нижнего Новгорода, Калуги, Владимира и Москвы. Это географическое разнообразие доказывает, что нанотехнологии успешно внедряются «от Москвы до самых до окраин».

Работа Экспертного совета продлится до 5 апреля 2011г. Далее к голосованию приступит Жюри.

Экспертный совет Международного конкурса деловой журналистики-2011:

- **Андреюк Денис Сергеевич**, Начальник службы маркетинга и рекламы ЗАО «НТ-МДТ»

- **Баранников Андрей Петрович**, Генеральный директор коммуникационного агентства SPN Ogilvy

- **Баскакова Наталья Юрьевна**, Директор Управления по связям с общественностью Группы «Интерфакс»

- **Батарин Дмитрий Николаевич**, Начальник Департамента общественных связей и информации ОАО «Системный оператор Единой энергетической системы»

- **Бирулин Николай Николаевич**, Главный эксперт по анализу и прогнозированию рынка, Национальный Союз свиноводов

- **Бондаренко Сергей Борисович**, Заместитель директора отдела экономической информации Информационного агентства «Интерфакс»

- **Бурданова Ксения Игоревна**, Директор по связям с общественностью и госорганами СОЮЗМОЛОКО

- **Вишнякова Елена Геннадьевна**, Пресс-секретарь ОАО «РусГидро»

- **Воловодова Наталья Николаевна**, Заместитель начальника Управления экономики и юриспруденции ОАО «Сургутнефтегаз»

- **Воробьев Вадим Вячеславович**, Руководитель пресс-службы Национального исследовательского университета – Высшей школы экономики

- **Голязинова Ольга Викторовна**, Сотрудник лаборатории Химии твердого тела, Институт Химии твердого тела и Механохимии СО РАН, Новосибирск

- **Деменский Сергей Юрьевич**, Заместитель генерального директора Омского производственного объединения «Радиозавод имени А.С. Попова» по связям с общественностью, кандидат философских наук

- **Дударенко Александр Владимирович**, Глава Старших Общества купцов и промышленников России

- **Ждакаев Иван**, Корреспондент журнала «Коммерсантъ – Деньги», Лауреат «PRESSЗВАНИЕ» - 2010

- **Закоморный Николай Юрьевич**, Главный специалист отдела Интернет-проектов ОАО «ТВЭЛ»

- **Иваненко Алексей Викторович**, Руководитель направления рекламы и PR ЗАО «Холдинговая компания «Композит»

- **Клушина Наталия Геннадьевна**, Начальник Службы маркетинга и рекламы Банка Жилищного Финансирования

- **Кожевникова Татьяна Юрьевна**, Главный специалист отдела информационно-аналитической работы Департамента топлива, энергетики и Регулирования тарифов Ярославской области

- **Короткова Елена Сергеевна**, Заместитель Руководителя Пресс-центра Московский банк реконструкции и развития

- **Котова Екатерина Леонидовна**, Старший менеджер проектов ЗАО «Михайлов и Партнеры. Управление стратегическими коммуникациями»

- **Кузнецов Александр Александрович**, Главный редактор газеты «Атомпресса»

- **Курбакова Анна Николаевна**, Пресс-секретарь «Атомэнергопроект»

- **Курочкина Варвара Андреевна**, Начальник отдела внешних коммуникаций ОАО «ТВЭЛ»

- **Ланина Ирина Валерьевна**, Вице-президент по корпоративным коммуникациям ОАО «СИТРОНИКС»

- **Леесмент Станислав Игоревич**, Ведущий технический специалист ЗАО «НТ-МДТ»

- **Липатов Борис Валерьевич**, Вице-президент IABC по внутрикорпоративным и управленческим коммуникациям

- **Макашева Елена Сергеевна**, Начальник Управления по связям с общественностью Первого республиканского банка

- **Марфин Евгений Александрович**, Старший научный сотрудник Казанского научного центра РАН, кандидат наук, член НАНОтехнологического общества России

- **Митяева Яна Александровна**, Руководитель рекламного Управления Мособлбанка

- **Молодцов Олег Владимирович**, Руководитель Учебно-информационного центра Московской ассоциации предпринимателей.

- **Мурзин Дмитрий Дмитриевич**, Директор Центра Информации и общественных связей Ассоциации «Россия»

- **Новиков Андрей Валентинович**, Менеджер Ernst & Young (CIS) B.V. branch in Moscow

- **Осипова Ксения Валерьевна**, Руководитель PR-службы ЗАО «Сбербанк-АСТ»

- **Пестерева Ольга Геннадьевна**, Директор по связям с общественностью «Скай Линк»

- **Петраш Анна Владимировна**, Специалист по связям с общественностью Инновационной компании «САН»

- **Погорелый Юрий Андреевич**, Исполнительный директор Службы финансово-экономической информации Группы «Интерфакс»

- **Пугач Ольга**, Шеф-редактор журнала «Справочник руководителя учреждения культуры», лауреат «PRESSЗВАНИЕ» - 2010

- **Решетов Владимир Николаевич**, Доцент МИФИ

- **Савченко Олег Андреевич**, Заместитель начальника отдела общественных связей ОАО «Газпром»

- **Сергеева Светлана Евгеньевна**, Начальник отдела информации Департамента информационной политики НП «Инновации в электроэнергетике»

- **Смородов Алексей Николаевич**, Исполнительный директор Национального Союза зернопроизводителей

- **Соловьева Светлана Анатольевна**, Заместитель директора Департамента рекламы и PR ОАО «Балтийский Банк»

- **Стенякина Екатерина Николаевна**, Начальник Управления по информационной политике ОАО «Газпром Нефть»

- **Трошин Антон Сергеевич**, Заместитель директора отдела экономической информации информационного агентства «Интерфакс»

- **Ужанов Александр Евгеньевич**, Директор по информационной политике и коммуникациям ОАО «Холдинг МРСК»

- **Хатмуллина Кюсылу Гумеровна**, Научный сотрудник Института проблем химической физики Российской академии наук (ИПХФ РАН)

- **Хозинская Светлана Александровна**, Заместитель генерального директора Медиагруппы «Вся Россия»

- **Шатилова Анна Эдуардовна**, Руководитель группы проектов Коммуникационного агентства «PRP Group»

- **Шугаева Екатерина Владимировна**, Руководитель Пресс-службы ОАО «Атомэнергопром»

- **Яковлев Сергей Юрьевич**, Генеральный директор Службы финансово-экономической информации Группы «Интерфакс»

Первое имя в номинации «Уважение коллег»

Владислав Александрович Фронин, главный редактор «Российской газеты» назван коллегами лучшим редактором десятилетия.

В журналистике с 1974 года. Прошел путь от стажера и корреспондента до главного редактора ведущего ежедневного издания страны.

«Российскую газету» возглавляет с 2001 г., т.е. половину всего периода существования издания. Под его руководством газета заняла важную нишу российского медиарынка и превратилась в мощный издательский проект с множеством приложений, включая зарубежные. Региональная сеть «РГ» состоит из 13 головных филиалов в крупнейших городах страны: Санкт-Петербург, Воронеж, Ростов-на-Дону, Краснодар, Нижний Новгород, Самара, Казань, Уфа, Пермь, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Хабаровск. Редакция открыла свои корпункты в Великобритании, Албании, Бе-

ларуси, Болгарии, Боснии и Герцеговине, Бельгии, Германии, Испании, США, Украине, Франции, Южная Корея, Китае и Турции.

Фронин создал ряд информационных технологий, без которых сейчас сложно представить российскую журналистику. Ему принадлежит идея организации «Прямой линии» – прямого разговора государственного деятеля с читателями газеты, которую он реализовал еще в 1985 году. А в «Российской газете» с его подачи начали практиковать такую форму общения с ньюсмейкерами, как «Деловые завтраки», когда гостям – представителям власти, политикам, деятелям культуры, спортсменам – вопросы задают и читатели, и журналисты издания, а ответы публикуются как в газете, так и на сайте газеты. Приверженец старой российской школы «журналистики с человеческим лицом», поощряет коллегиальные формы обсуждения и неформальные творческие дискуссии в редакции, много времени уделяет поддержке проектов связанных с молодыми журналистами.

Правила выдвижения в номинации «Уважение коллег»:

- Правом выдвижения обладают сотрудники редакций, Партнеры, члены Экспертного совета и Жюри;

- При выдвижении необходимо сообщить имя и место работы кандидата, дать комментарий и краткую характеристику;

- Лауреат в номинации «Уважение коллег» выбирается по результатам открытого голосования.

- Голосование продлится до 20 апреля 2011г.

Для голосования пройдите по ссылке <http://presszvanie.ru/nominations/2011/uvazhenie/>

Партнер номинации – «Радио России»

Деловая журналистика получит профессиональную информационную поддержку

Впервые Общенациональная газета «Известия» выступит Генеральным информационным партнером Международного конкурса деловой журналистики «PRESSЗВАНИЕ».

В рамках соглашения о партнерстве между исполнительной дирекцией Международного конкурса деловой журналистики «PRESSЗВАНИЕ» и Общенациональной газетой «Известия» запланировано активное информационное взаимодействие. В апреле 2011 года на страницах газеты можно будет найти подробную информацию или материалы о конкурсе.

Имена журналистов газеты «Известия» ежегодно входят в Топ-10 лучших работ по итогам независимого мониторинга Интернет-библиотеки Public.ru и первого этапа экспертной выборки партнеров Международного конкурса деловой журналистики «PRESSЗВАНИЕ».

Начиная с 2011 года, помимо профессионального взгляда изнутри на развитие деловой отрасли в России, «Известия» информационно поддержат конкурс.

Исполнительная дирекция благодарит газету «Известия» за поддержку и надеется, на плодотворное сотрудничество в области деловой журналистики.

«Известия» – общенациональная ежедневная газета, которая пользуется заслуженным доверием и уважением читателей за полное освещение новостей и глубину анализа.

Круг интересов газеты – политика, экономика, культура и спорт, общественная жизнь и будни армии, городские новости и светская хроника. Материалы, публикуемые в «Известиях», основаны на информации из первоисточников, а также на собственных расследованиях корреспондентов газеты. Строгая редакционная политика представляет различные точки зрения и гарантирует актуальность публикуемых материалов. В каждом номере публикуются эксклюзивные репортажи, аналитика и комментарии высокопрофессиональных журналистов. Сайт «Известий» (www.izvestia.ru) активно внедряет мультимедийные технологии. Он прочно удерживает позиции одного из самых посещаемых интернет-ресурсов традиционных СМИ России.

«Известия» предоставляют широкие возможности рекламодателям и спонсорам как на страницах газеты «Известия», так и на сайте www.izvestia.ru.

RuPoR PR-студенчество

Будущее политического PR - в надежных руках



1 и 2 марта на факультете журналистики Санкт-Петербургского государственного университета прошла заключительная часть Всероссийского студенческого конкурса в области политического PR PolitPRpro.

Конкурс показал, что студенты российских ВУЗов в скором времени смогут составить конкуренцию матерым профессионалам.

Всероссийский конкурс студенческих работ в области политического PR PolitPRpro был учрежден в 2010 году по инициативе Студенческой секции Северо-Западного отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью с целью содействия формированию поколения будущих специалистов в области политических коммуникаций.

PolitPRpro – единственный в России студенческий конкурс в области политического PR. Он является уникальной площадкой для общения студентов с профессионалами в сфере электронных технологий, government relations и антикризисного политического управления.

PolitPRpro становится все более популярным среди студенческой аудитории и экспертов-политтехнологов. В 2011 году для участия в конкурсе были приглашены студенты ведущих ВУЗов России, обучающиеся коммуникационным специальностям: «реклама», «связи с общественностью», «журналистика», «политология», «социология».

Каждый год PolitPRpro выбирает новую площадку для проведения заключительных мероприятий конкурса. В 2010 году PolitPRpro проходил в Северо-Западной академии государственной службы, а PolitPRpro 2011 был организован совместно с факультетом журналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

Конкурс PolitPRpro 2011 проходил в 2 этапа. Более 30 команд из городов России и ближнего зарубежья подали заявки на участие в заочном туре. Студенческим командам в первом туре необходимо было разработать политическую PR-кампанию. Будущие политтехнологи столкнулись со сложной задачей. Студенты должны были решить проблемы, возникшие в моногороде Ленинградской области, вызванные техногенной катастрофой на градообразующем предприятии, а также стихийными митингами местных жителей. Команды в течение полутора месяцев разрабатывали проекты.

Члены жюри, представленные преподавательским составом факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета, предлагали пригласить для участия в заключительных мероприятиях PolitPRpro 16 команд. Однако оргкомитет конкурса принял решение не отходить от намеченного плана.

Так, по итогам первого этапа состязания студентов членами жюри были отобраны 8 команд-полуфиналистов, выбравших наиболее эффективные способы и инструменты проведения политической PR-кампании.

Заключительные мероприятия конкурса состоялись 1 и 2 марта на факультете журналистики Санкт-Петербургского университета в рамках Недели науки в Петербурге «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи».

Приветственной речью полуфинал конкурса открыла координатор проекта PolitPRpro 2011

от Студенческой секции Северо-Западного отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью **Анастасия Гошовская**: «Политика – дело сложное. Но для студентов, дошедших до финальной части конкурса и приехавших в начале весны в Петербург, не существует нерешаемых задач».

Подтверждением слов координатора проекта стали результаты, показанные будущими политтехнологами в конкурсе.

Полуфинал PolitPRpro открылся представлениями команд. Студенты из Волгограда, Екатеринбурга, Набережных Челнов, Санкт-Петербурга, Москвы, Петрозаводска в презентациях рассказали о себе и о роли политического PR в их жизни.

По мнению членов жюри и гостей конкурса, лучшим презентационным роликом оказалась видеопрезентация команды Петрозаводского государственного университета. В клипе ребята из Петрозаводска показали, что при грамотном использовании PR-инструментов и технологий победителем в выборах может стать даже кофейный аппарат.

Испытания полуфинала на этом не закончились. Далее команды приняли участие в кейс-турнире. Студенты пытались выйти из кризисной ситуации, используя PR-инструменты: убеждали общественность в том, что пожар не угрожает атомной электростанции, спасали лидеров Партии зеленых от скандала, связанного с незаконной ловлей рыбы, выступали от имени ГУВД, сотрудники которого стали виновниками ДТП с участием детей, решали проблему застройки парковой зоны города. Главными критериями оценки выступлений участников явились эффективность предложенных мер и креативность подхода.

Лучше всех с этим заданием, с точки зрения жюри, справилась команда Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена (Санкт-Петербург). Но низкий балл, заработанный командой по результатам конкурса презентаций, не позволил им пройти в финальную часть PolitPRpro.

По итогам полуфинала команды Санкт-Петербургского государственного университета, Московского государственного института международных отношений, Петрозаводского государственного университета и сборная, состоящая из участников команд Набережных Челнов и Волгограда, вышли в финал.

В заключительном испытании PolitPRpro студенты приняли участие в дебатах, где пред-

ставляли лидеров политических партий. Члены команд обсудили тему запрета продажи алкоголя молодым людям в возрасте до 21 года, выразили позицию партии относительно начисления подоходного налога. Жюри конкурса оценивало не только содержание, но и форму выступления участников.

В результате победителями PolitPRpro 2011 стали студенты Петрозаводского государственного университета: **Ильяна Демушкина, Анастасия Сперова, Дина Филатова, Владислав Лепеле, Михаил Турченко**. Члены команды получили денежный приз и сертификат на право прохождения летней практики от Группы компаний «НИККОЛО М» - официального спонсора мероприятия.

Второе место заняли студентки МГИМО (капитан команды - **Мария Фахрутдинова**), третье – команда Санкт-Петербургского государственного университета во главе с Ксенией Рабинович.

Призеров награждали: **Игорь Минтусов**, председатель Совета директоров Группы компаний «НИККОЛО М», **Кирилл Александров**, председатель Студенческой секции Северо-Западного отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью, **Анатолий Пулю**, декан факультета журналистики СПбГУ и **Дмитрий Гавра**, заведующий кафедрой связей с общественностью СПбГУ.

Участники заключительной части PolitPRpro получили подарки от партнеров мероприятия: Северо-Западного отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью, журнала «Эксперт Северо-Запад», школы иностранных языков «Studia lingua», продюсерского центра «MadStyle», чайной компании «Целый мир».

Телеканал «Санкт-Петербург» и Молодежное правительстве Санкт-Петербурга учредили специальные призы для участников PolitPRpro - возможность прохождения студентами практики. Победителем кейс-конкурса, предложенного главой муниципального образования Шувалово-Озерки **Владиславом Аносовым**, стала команда МГИМО.

Программа полуфинала и финала конкурса включала мастер-классы, на которых студенты могли пообщаться с профессионалами PR. Гости и участники PolitPRpro посетили мастер-класс **Валентины Теслиук**, руководителя департамента по работе с рекламными агентствами агентства MOLINOS.RU, посвященный связям с общественностью и рекламе в Интернете. Студенты обсудили тенденции развития политического PR в России за последнее десятилетие с **Игорем Минтусовым**.

Информационную поддержку конкурсу PolitPRpro 2011 оказали портал для молодых журналистов «YOO.ru», журнал для PR-специалистов «Пресс-служба», региональный портал «RegionPR.ru» и студенческая газета «Gaudemus».

По словам председателя жюри, **Игоря Минтусова**, студенты, принявшие участие в заключительных мероприятиях PolitPRpro 2011, - «...обладают большим потенциалом и смогут стать первоклассными специалистами, получив практический опыт».

Анна Шибалева



18 марта в Новосибирске состоялась торжественная церемония награждения участников XI Открытого Всероссийского конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью «Хрустальный Апельсин».

АПЕЛЬСИНОВЫЕ НАГРАДЫ НАШЛИ ГЕРОЕВ

Объявление победителей «Хрустального Апельсина» проходило вместе с награждением лучших студентов по проектам «Новомедиа», «NovoPRsk» и «Уникальный ресурс Сибири». Одновременно с подведением итогов 2010 года был дан старт проектам на 2011 год. Организаторами мероприятия выступили «Фонд поддержки молодежных инициатив» при Управлении по делам молодежи, Агентство коммуникаций «Банзай» и кафедра социальных коммуникаций и социологии управления Новосибирского государственного университета экономики и управления (НГУЭУ).

По итогам работы в новосибирском туре Конкурса приняло участие 38 проектов, примерно 100 студентов трудилось над подготовкой конкурсных работ. Это составило своеобразный рекорд, как по Новосибирску, так и по России. И впервые Новосибирск стал лидером по количеству присланных работ на Всероссийский этап Конкурса. В целом же, в рамках реализации проекта около 300 новосибирцев стали участниками экскурсий, мастер-классов и стажировок.

Первое место заняли **Павел Чичулин, Вячеслав Копцев и Артем Каракич** из Иркутского государственного лингвистического университета с проектом «Сказки».

Второе место присвоено **Татьяне Колеснюк, Елене Садовой, Екатерине Симаковой** из Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск, за проект «Счастливое детство».

Третье место – **Галина Литвинова, Кристина Янокогло, Мария Нежинская и Ольга Мельникова**, студентки Новосибирского государственного технического университета, проект «Студенты за безопасность на дороге».

Поощрительными призами были отмечены **Мария Ахмерова**, студентка НГУ (проект «Взаимодействие Интернет-провайдер с клиентами: «Мы говорим на одном языке!») за «качественное решение реальных задач», а также **Мария Андреева** и **Пашаева Маргарита**, студентки НГУЭУ (проект «Социальные основания PR-концепции развития бренда Новосибирска в глобальном информационном поле») в номинации «за патриотизм».

Примечательно то, что четыре из пяти упомянутых призовых работ относятся к теме связей с общественностью в социальной сфере.

Отдельного внимания был удостоен НГУЭУ, получивший приз как самый «апельсиновый» ВУЗ, от студентов которого поступило максимальное число работ.

Победители и призеры Конкурса получили подарки от партнеров «Хрустального Апельсина» - телефоны Touch 540 от компании МТС, электронную книгу от ГК «Ситех», а также годовые комплекты журналов «Советник».

Как отметила **Татьяна Зубко** (руководитель отдела по связям с общественностью «МТС –Сибирь»), член экспертного совета Конкурса, - «Профессиональный уровень проектов значительно вырос, по сравнению с прошлым годом, и это радует. Оригинальность идей, знание технологий и понимание эффективности PR - пожалуй, основные отличия работ этого года».

RuPoR PR-проект

ПРОЕКТ «ИМЕНА ВОРОНЕЖА» ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ОЛЫШЕВ Кирилл Леонидович

(29.1.1905, Тверь – 5.3.1985, Воронеж) – солист оперетты, режиссер, чтец, либреттист, заслуженный артист РСФСР (1957), общественный деятель. Окончил театральную студию им. М.Н. Ермоловой (1931, М.). Участник Великой Отечественной войны. Организатор и руководитель самодеятельного ансамбля песни и пляски 57-й армии 3-го Украинского фронта (1941-45). Работал в театрах Свердловска, Москвы, Барнаула, Томска, Петропавловска, Шахта, Орехово-Зуева, Красноярска, Куйбышева, Челябинска. Солист Воронеж. театра муз. комедии (позднее – муз. театра, 1952-65). Оsn. партии: Пенижек, Ферри, Барон де Кревиляк («Марица»), «Сильва», «Принцесса цирка» И. Кальмана), Граф Данило («Веселая вдова» Ф. Легара), Генрих Айзенштейн, Граф Омонай («Цыганский барон», «Летучая мышь» И. Штрауса), Цезаре («Поцелуй Чаниты» Ю. Миллутина), Цезарь Галь («Вольный ветер»), Сергей Сергеевич Кораблев («Белая акация» И. Дунаевского), Улыбин («Марги» И. Ипатова) и др. Выступал с лекциями-концертами и лит.-муз. композициями, посв. творчеству М. Лермонтова, С. Есенина, П. Чайковского, Ф. Шалаяпина и др. Автор либретто оперетты «Мечта о славе» («Судьба артиста») Э. Хинкиса (1957). В ГАВО имеется личный фонд Олышева (P-2338)

**ОЛЬМИНСКИЙ (настоящая фамилия Александров) Михаил Степанович**

(3.10.1863, Воронеж – 8.5.1933, Москва) – историк, литературный критик, публицист. Двоюродный брат Н.В. Чехова. Из дворян. Окончил воронежскую гимназию (1883). С 1883 учился на юридическом факультете Петербургского университета. В 1885 за участие в революционном движении выслан в Воронеж. В 1904 эмигрировал в Швейцарию, входил в состав редакций большевистских газет «Пролетарий», «Вперед». В 1905-16 жил в Санкт-Петербурге, Баку, Москве, Саратове. Сотрудник газет «Звезда» и «Правда», журналист «Просвещение» (1911-14). Член Московского областного бюро РСДРП (1916). После февраля 1917 – один из редакторов газеты «Социал-демократ», член редколлегии газеты «Правда» (1918-20), основатель и редактор журнала «Пролетарская революция», с 1918 – профессор Ком. акад. Рук. Истпарта (1920-24), председатель Общества старых большевиков, с 1928 – член дирекции института В.И. Ленина. Неоднократно приезжал в Воронеж, поддерживал связь с воронежскими историками. Автор работ по истории партии и революционного движения, литературоведческих трудов, редактор сборника докладов и материалов. Именем Ольминского названа улица в Воронеже. На здании бывшей гимназии (пр. Революции, 19) в 1967 была установлена мемориальная доска, посвященная Ольминскому (а также Е.О. Заславскому и Н.Н. Батурину). В ГАВО имеется личный фонд Ольминского (И-313).

**ОСНОВИН Виктор Степанович**

(5.7.1924, г. Константиновка Донецкой губернии УССР – 5.11.1990, Воронеж) – юрист, педагог, доктор юридических наук (1966), профессор (1967). Участник Великой Отечественной войны, партизан. Окончил Ленинградский юридический институт им. М.И. Калинина (1950). В 1953-58 старший преподаватель ВФ Всесоюзного юридического заочного института. С 1958 доцент, заведующий кафедрой государственно-правовых наук ВГУ, с 1962 заведующий кафедрой государственного права и советского строительства, в 1966-69 декан юридического факультета. Сфера научных интересов:



В 2011 году Воронеж отметит свое 425-летие со дня своего основания. Празднование этого юбилея должно стать значимым событием не только для самого региона, но и для всей России, а также для ряда зарубежных стран. Главную ценность города Воронежа на протяжении всей его истории представляли и представляют его жители, благодаря которым город строился и восстанавливался, которые его защищали от врагов, которые его прославляли на спортивных аренах, театральных подмостках, в научных лабораториях, на воде и в космосе, в музейных залах и галереях.

В преддверии юбилея воронежское PR-агентство РФСП «Молодежь Воронежа 21 века» совместно с информационно-аналитическим управлением администрации городского округа город Воронеж реализуют проект «Имена Воронежа», длительность которого 425 дней, и завершится 10 сентября 2011 года. В рамках проекта широкой общественности будет представлено 425 персон, внесших огромный вклад в создание, развитие и продвижение города Воронежа на протяжении всей его 425-летней истории.

Партнеры проекта: Консалтинговый центр «Ингруп», газеты «Коммуна», «Воронежская неделя», «Молодой коммунар», «RuPoR» и «Российская газета», журналы «ШЕФ» и «Образование. Южный регион» (г.Ростов-на-Дону), Информационное агентство «Воронеж-Медиа».

Подробная информация о проекте и его участниках на Официальном сайте проекта www.vrn425.ru

правовые основы деятельности органов государственной власти, теория конституционных прав и отношений. Автор около 75 работ, в т.ч. кн.: «Нормы советского государственного права» (М., 1963), «Советские государственно-правовые отношения» (М., 1965), «Основы науки социального управления» (В., 1971), «Городской совет – орган социального управления» (М., 1983), учебников по основам государственного права.

ОСТРОВСКИЙ**Илья Захарович**

(25.5.1925, Киев – 11.5.1993, Воронеж) – дирижер, педагог, заслуженный артист Казахской ССР (1969), доцент (1984). Окончил Киевскую консерваторию (1949). С 1950 главный дирижер симфонического оркестра Ворошиловградского филармонии, с 1956 дирижер симфонического оркестра Казахской ССР (Алма-Ата), с 1968 главный дирижер Алма-Атинского театра оперы и балета и старший преподаватель по классу дирижирования Алма-Атинской консерватории. С 1970 главный дирижер и художественный руководитель Воронежского театра оперы и балета, с 1974 старший преподаватель по классу дирижирования ВГИИ. С 1978 дирижер симфонического оркестра Воронежской филармонии. Основные постановки: «Пиковая дама» П. Чайковского, «Бал-маскарад» Дж. Верди, «Проданная невеста» Б. Сметаны и др. В репертуаре Островского было много концертных программ.

**ОСТУЖЕВ (настоящая фамилия Пожаров) Александр Алексеевич**

(16.4.1874, Воронеж – 1.3.1953, Москва) – актер, народный артист СССР (1937), лауреат Государственной премии СССР (1943). Учился в Воронежском уездном, потом в техническом железнодорожном училищах, служил в управлении ЮВЖД. Дебют на сцене состоялся в возрасте 10 лет в оперетте «Цыганский барон». С 1895 в антрепризе П.П. Струйского в В. С 1896 на драм. курсах при Моск. театр. уч-ще (педагог А.П. Ленский). В 1898-1946 О. работал в Моск. М. театре. Среди ролей: Буланов («Лес» А. Островского), Ромео («Ромео и Джульетта» В. Шекспира), Альберт («Скупой рыцарь» А. Пушкина) и др. К 1910 Остужев потерял слух, но продолжал играть на сцене, выработав определенную систему приемов. В это время им сыграны: Чацкий («Горе от ума» А. Грибоедова), Хлестаков («Ревизор» Н. Гоголя), Квазимодо («Собор Парижской Богоматери» В. Гюго), Отелло («Отелло» В. Шекспира), Карл Моор («Разбойники» Ф. Шиллера), Уриэль Акоста в одноимен. пьесе К. Гуцкова и др. Летом 1903 и 1905 отдыхал в имении Южных (с. М. Покровка Землянского у.). Именем Остужева названа одна из улиц Воронежа.

**ПАВЛОВ Сергей Павлович**

(1828, Москва – 5.3.1873, Воронеж) – рисовальщик, акварелист. Учился в Строгановском училище. Преподаватель рисования в ВКК (с 1845). Член литературно-общественного кружка Н.И. Второва, участник этнографических выставок в Москве и Санкт-Петербурге. Рисунки Павлова, изображающие костюмы и типы жителей Воронежской, Тамбовской, Саратовской, Пензенской губерний, находятся в ГИМЕ и Государственном этнографическом музее (СПб.). Некоторые рисунки Павлова воспроизведены в «Русском художественном листке» В. Тимма. В собрании ВОХМ хранится коллекция произведений Павлова: «Вид уездного города Богучара», «Кадетский плац», «Усадьба сенатора Стояновского», «Вид Троицкой церкви», «Фонтан в парке», «Автопортрет», «Колодезь, вырытый святителем Тихоном в селе Тюнине» и др.

**ПАПОВ Сергей Иванович**

(18.9.1904, с. Ильино Кинешемского уезда Костромской губернии – 18.10.1970, Москва, похоронен в Воронеже) – актер, народный артист СССР (1958), заслуженный артист Кабардино-Балкарской АССР (1959). Муж В.Г. Рошиной. Окончил студию при Кинешемском театре (1921). Играл в Рабочем театре Пролеткульта (Иваново-Вознесенск, 1924), там же в областном драматическом театре. С 1934 актер воронежского Молодого театра, где Папов и его будущая жена приобрели большую популярность. В 1940 оба перешли в областной драматический театр. Во время Великой Отечественной войны Папов руководил актерской фронтовой бригадой. В послевоенные годы Папов определился как актер гражданской темы, проявивший себя более всего в современном советском репертуаре. Среди лучших ролей Папова: Забродин в «Ленинградском проспекте» И. Штока, Петр I в спектакле по пьесе И. Сельвинского «От Полтавы до Гангута», Суходолов в «Сонете Петрарки» Н. Погодина, Магара в «Виринее» Л. Сейфулиной, Иван Буданцев в одноимен. пьесе В. Лаврентьева. Неоднократно снимался в кино («Пржевальский», «Герои Шипки», «Метель» и др.). С 1966 жил в московском Доме ветеранов сцены. Одна из улиц Воронежа носит имя Папова. В ГАВО имеется личный фонд Папова (P-2990).

**ПАРЕНАГО****Михаил Клавдиевич**

(2.2.1876, г. Динабург Витебской губернии – после 1931) – краевед, коллекционер, художник-любитель. Двоюродный брат К.П. и М.П. Паренаго. Из дворян. Окончил ВКК (1892), Александровское военное училище (1896), Центральное училище технического рисования барона Штиглица (1905), Археологический институт. Служил в расквартированном в Воронеже Скопинском резервном



батальоне (1897-1901). Офицер-воспитатель ВКК (1901-18). Подполковник. Одновременно преподаватель рисования (с 1905). Член ВГСК (1906), ВУАК (1902, с 1914 – библиотекарь). Директор Воронежского губернского музея (1918-25). Одновременно преподавал на педагогическом факультете ВГУ (до 1924) и в Воронежском отделении Московского археологического института (1920-23). Н. с. Губплана (1924-25). Участвовал в раскопках Маяцкого городища и Частых курганов (1904-12), выполнял зарисовки местности и находок. С докладом о результатах раскопок Частых курганов выступил на Международном конгрессе историков в Лондоне (1913). Один из устроителей выставок губернского музея (1910-е гг.). Член губернского краеведческого общества (с 1924). Автор ст. «Царский подарок» («Вестник постройки Воронежского губ. музея». 1914. № 2), «С.П. Павлов» («Сборник Воронежского государственного историко-культурного музея». В., 1925). Свою коллекцию холодного оружия передал в губернский музей. Консультант-экономист Сибирской краевой плановой комиссии (Новосибирск, 1927). Н. с. Сибирского архива (1928-29). В феврале 1929 был арестован. Автор книги «Полиметаллические месторождения Алтая и Салаира» (Новосибирск, 1931; совм. с Б.С. Митропольским).

ПАРФЕНИЙ (Васильев-Чертков Павел Васильевич;

10.8.1782, Москва – 5.8.1853, Воронеж) – церковный деятель, проповедник. Из духовенства. Окончил Славяно-греко-латинскую академию в Москве. (1803); преподаватель (с 1803), префект (с 1811) там же. В 1810 принял монашество. Ректор Спасо-Вифанской Духовной семинарии и одновременно настоятель Лужецкого монастыря под М. (1814-17). Ректор Московской Духовной семинарии (1817-21). Настоятель Заиконоспасского, Донского монастырей в Москве (1817-21). Член Московской конторы Святого Синода (1819-21). Еп., архиепископ (с 1833) Владимирский и Суздальский (1821-50). Архиепископ Воронежский и Задонский (с 1850). При Парфении в Митрофановском мужском монастыре был устроен братский корпус. Попечительство для бедных пополнилось капиталом в 50 тыс. руб. Парфений был известным проповедником, его сочинения воспринимались как образцы. По завещанию Парфения Воронежская Духовная семинария получила часть его библиотеки. Орден св. Александра Невского (1848).

**ПЁТР (Полянский****Петр Федорович;**

28.6.1862, с. Сторожевое Коротоякского уезда – 10.10.1937, г. Магнитогорск Челябинской области) – церковный деятель, магистр богословия (1892), священномученик. Из духовенства. Окончил Костром. ДУ, ВДС (1885), Московской Духовной Академии (1892). Помощник инспектора Московской Духовной Академии (1892-96), смотритель ДУ в Жировицах (1896-1906). Член Учебного комитета при Священном Синоде, ревизор духовных учеб. заведений (1906-18). Участник Поместного собора 1917-18. В 1920 принял монашество. Епископ Подольский, викарий Московской епархии (1920-21). Один из ближайших помощников патриарха Тихона. В 1921-23 в ссылке в Великом Устюге. Архиепископ (с 1923), митрополит (с 1924) Крутицкий. С апреля 1925 местоблюститель патриаршего престола. Вел активную борьбу с обновленцами, добивался легализации РПЦ. С декабря 1925 находился в ссылке и тюремном заключении. Расстрелян в тюрьме. Канонизирован РПЦ (1997).



Информация об участниках проекта представлена редакционной коллегией «Воронежской энциклопедии»

ГАЗЕТА О РАЗВИТИИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ «RuPoR»

Редакция газеты «RuPoR» - РФСПМ «Молодежь Воронежа 21 века»

Газета распространяется посредством адресной доставки и рассылки бесплатно.

Дизайн и верстка – Роман Богатырев

Бумага офсетная Тираж 2 000 экз.

Адрес редакции и издателя: 394051, г. Воронеж, ул. Героев Сибиряков, 89-98

Учредитель – Коровина В.В. Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ36-00096 от 09.09.09г.

Газета издается РФСПМ «Молодежь Воронежа 21 века»

Над номером работали: Валентина Коровина, Геннадий Шаталов.

Заказ № ____
Время подписания номера в печать: по графику - 02.04.11г., фактически - 02.04.11г.

Отпечатано в типографии ООО «Социум»

Тел./факс (473) 261-62-43, тел. (473) 292-83-00, 8-960-115-75-24
consul-biznes@regionpr.ru info@regionpr.ru
www.regionpr.ru www.rupor.regionpr.ru