

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

И. С. Мищенко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 26 октября 2025 г.

Аннотация: В статье рассмотрена роль конкурсов и премий в развитии профессиональных коммуникаций в сфере СО на примере двадцатилетней премии в области развития общественных связей RuPoR.

Ключевые слова: связи с общественностью, профессиональные коммуникации, конкурс, проект, премия.

Abstract: This article examines the role of competitions and awards in the development of professional communications in the field of public relations, using the example of the twenty-year RuPoR Public Relations Development Award.

Keywords: public relations, professional communications, competition, project, award.

Устойчивый конкурс с открытой экспертизой, публичной защитой и тиражированием лучших практик выступает драйвером развития профессиональных коммуникаций, способствует стандартизации планирования и оценки СО-деятельности, консолидации профессионального сообщества и интеграции региональных практик в национальную повестку. Опираясь на положение о премии, организационные публикации для участников, статистику двадцатой премии, а также современные исследования в области связей с общественностью и проведения конкурсов и премий различной направленности, в том числе, в историческом дискурсе, автор поставил целью выявить и описать механизмы влияния премии RuPoR на развитие профессиональных коммуникаций в PR-индустрии, сформулировать практические рекомендации для организаторов, участников и партнеров профессиональных конкурсов и премий.

Актуальность темы обусловлена ростом роли стратегических коммуникаций в условиях цифровой фрагментации медиа и усиления требований к отчетности и эффективности связей с общественностью. Индустрия нуждается в прозрачных стандартах качества, воспроизводимых методиках планирования и оценки, а также институциях, которые будут обеспечивать обмен лучшими практиками и независимую экспертизу. Проблему усиливает недостаток устойчивых институтов и процедур внестоличных центров, которые «держат планку» в профессии — открытая экспертиза, единые критерии качества, наставничество, регулярные площадки для нетворкинга и обмена опытом.

Премия RuPoR — ежегодная профессиональная премия в области развития общественных связей и коммуникаций, учрежденная в 2005 г. в Воронеже по инициативе Г. В. Шаталова и регионального фонда социальной молодежной политики (РФСМП) «Молодежь Воронежа 21 века», который позднее был переименован в ФРОС Region PR. Премия позиционируется как площадка повышения качества коммуникационных практик и консолидации профессионального сообщества. Миссия и цели премии — развитие индустрии общественных связей; популяризация профессии; внедрение цивилизованных принципов сотрудничества на PR рынке; тиражирование лучших практик; консолидация профессионального сообщества; повышение этики и стандартов.

В рамках RuPoR существует практика рекомендаций лучших проектов из списка победителей к участию в шорт-листе Национальной премии «Серебряный Лучник», что обеспечивает проектам-победителям дополнительную видимость, продолжение траектории признания, новый уровень экспертизы и нетворкинга. Процедура участия отражает прозрачность и доступность: отсутствие регистрационного взноса; подача заявок через онлайн-платформу; двухэтапная экспертиза — дистанционная оценка по единой шкале и очная публичная защита финалистов. Ряд критериев включает: анализ исходной ситуации и потребностей; работу с целевыми аудиториями и инсайтами; постановку целей и задач; стратегию; креативную концепцию; тактики / инструменты и качество реализации; измерение эффективности и достижение целей. Для очной защиты отдельно оцениваются мастерство изложения, презентационная креативность, точность и содержательность ответов. Номинации охватыва-

ют актуальные направления отрасли: корпоративные и маркетинговые коммуникации, событийные проекты, ESG-коммуникации (экология и социальные инициативы), внутренние коммуникации и корпоративные медиа, культурно-просветительские проекты, развитие и продвижение территорий и туризма, цифровые коммуникации и ИИ, образовательные проекты, студенческие работы и др. [1]. Все это, а также ряд специальных исследований [2—8], приводит к выводу, что конкурсные практики выполняют четыре ключевые функции, которые непосредственно влияют на развитие профессиональных коммуникаций:

Стандартизация. Публичные критерии и эталонные кейсы фиксируют отраслевую норму проектного цикла: от анализа исходной ситуации и сегментации целевых аудиторий до постановки целей, разработки стратегии и оценивания результатов. Критерии оценки формируют стандарты, в частности, среди постоянных участников премии, что выравнивает подходы к постановке целей и метрик, повышает качество коммуникационных стратегий.

Экспертиза и обратная связь. Независимая оценка и публичная защита проектов создают пространство для коммуникации с экспертами, где команды получают адресные рекомендации по улучшению своих проектов.

Обмен опытом и тиражирование практик. Открытые защиты, публикации кейсов и сборники лучших проектов формируют «портфель решений», доступный для воспроизведения в новых контекстах; это ускоряет развитие рынка.

Формирование сообщества и образование. Конкурсы укрепляют горизонтальные связи, развивают наставничество, стимулируют обновление учебных курсов за счет включения актуальных кейсов; студенческие проекты выступают «лифтом» в профессию. Конкурс формирует сетевые связи между агентствами, компаниями, НКО и вузами.

В связи с этим логично сформулировать рекомендации как организаторам (поддерживать открытость процедур и обратной связи; регулярно актуализировать критерии под новые тренды — ESG, цифровые / ИИ-инструменты; сохранять доступность участия; развивать различные возможности для тиражирования кейсов, например, сборники проектов), так и участникам (строить заявки по логике «ситуация — цели — стратегия — инструменты — метрики»; использовать валидные методы исследования и KPI; готовить доказательную базу — данные до / после, контрольные группы, media / brand lift); прорабатывать очную защиту, пользоваться возможностями для коммуникации с другими участниками рынка и экспертами, которые создают организаторы профессиональных конкурсов), а также вузам и партнерам (интегрировать кейсы конкурсов в учебные курсы, развивать проектное обучение в контексте

студенческих номинаций, формировать наставнические треки с участием экспертов премии).

Двадцатая премия RuPoR продемонстрировала масштаб и отраслевую динамику: подан 151 проект из 22 регионов; в шорт-лист вошел 121 проект из 17 регионов; лауреатами стали 64 проекта из 14 регионов. В тематической направленности доминировали событийные и маркетинговые коммуникации, развитие территорий и туризм, внутренние и культурно-просветительские проекты [9].

Девять проектов-лауреатов вошли в шорт-лист XXVIII Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» [10]. По итогам открытых презентаций, которые прошли в Москве 2—3 апреля, три проекта-лауреата XX Премии в области развития общественных связей RuPoR стали победителями XXVIII Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник»: в номинации «Продвижение государственных и общественных программ»: «Продвижение образа русского национального лидера через проекты, посвященные праведному воину Федору Ушакову — digital-агентство «Интериум», Москва; в номинации «Коммуникации времени перемен, международные коммуникации»: «Коммуникационная поддержка международных проектов Фонда Росконгресс на территории Саудовской Аравии, Турции, Индии, Омана, Алжира, ЮАР, Чили, Коста-Рики, Вьетнама, Гонконга, Таиланда и Малайзии» — ФОНД «РОСКОНГРЕСС», SPN COMMUNICATIONS. Первое место от Молодежного жюри получил проект: «Атомный гастротур» — Факультет журналистики ВГУ и Управление коммуникации НВ АЭС, Воронеж, Воронежская область [10].

В подтверждение сформулированных выше функций профессионального конкурса приведем слова лауреатов XX премии в области развития общественных связей RuPoR и XXVIII Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» Дмитрия Шлопака, главы инициативной группы по строительству духовно-исторического комплекса в честь святого праведного воина Федора Ушакова: «Эта награда — еще один шаг для нас на пути к главной миссии — сформировать у россиян образ правильного исторического лидера в лице праведного воина Федора Ушакова. Два с половиной года назад мы стояли на котловане и могли только представлять, как будет развиваться наш проект. Но сегодня на месте котлована уже возвышается огромный духовно-исторический комплекс в честь святого праведного Федора Ушакова, стройка которого не прекращается ни на день, а проектов, посвященных адмиралу, становится все больше. И продолжение строительства было бы невозможным без грамотно организованной информационной работы, за что огромное спасибо коллегам из digital-агентства «Интериум». Уровень этой рабо-

ты был впервые отмечен гран-при премии RuPoR, победа в которой стала для нас огромной мотивацией двигаться дальше. А сегодня наш проект победил в главной национальной премии в области коммуникаций — премии «Серебряный Лучник». Для нас это особенно ценно, ведь мы только недавно начали участвовать в PR-премиях, но уже видим, что наши усилия получают высокую оценку экспертов. Спасибо за веру в наш проект, вместе и с Божьей помощью мы сможем вершить великие дела!» [10].

Начальник управления коммуникаций Нововоронежской АЭС Ирина Червакова отметила, что это была первая коллаборация НВАЭС с вузом: «Она принесла в копилку победы на отраслевом чемпионате ГК Росатома Медиаскиллс, признана Лучшим коммуникационным проектом на уровне Госкорпорации, всероссийском профессиональном конкурсе RuPo R. Вошла в шорт-лист «Серебряного Лучника». Проект был реализован без бюджета. Это снизило его конкурентные позиции на федеральном уровне в номинации «ESG повестка». Но для достижения цели была правильно определена целевая аудитория — молодежь. За это «Атомный гастротур» и получил Диплом «Серебряного Лучника» и высокую оценку студенческого независимого экспертного сообщества, состоящего из представителей разных вузов Москвы. Кейс пошел в книгу «50 лучших проектов», которая является хрестоматией коммуникационных практик и обобщает опыт российских специалистов. Считаю это главной нашей победой!» [10].

Проведенный анализ подтверждает гипотезу о том, что устойчивый конкурсный формат с открытой экспертизой, публичной защитой и механизмами тиражирования практик способствует росту качества PR-деятельности и консолидации профессионального сообщества. На примере премии RuPoR видно, что сочетание прозрачных критериев оценки, доступности участия и интеграции с национальными проектами позволяет синхронизировать стандарты, усиливать образовательные эффекты и обеспечивать карьерную и институциональную мобильность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Премия в области развития общественных связей RuPo R. Положение Премии в области развития общественных связей RuPoR 2024 года. — Режим доступа: <https://rupor.regionpr.ru/location/> (дата обращения: 26.10.2025).
2. Сладкова Н. М. Профессиональные конкурсы на государственной и муниципальной службе как инструмент мотивации профессионального развития государственных и муниципальных служащих / Н. М. Сладкова, Е. В. Вашаломидзе, О. А. Воскресенская // Экономика труда. — 2022. — Т. 9. — № 12. — С. 2091—2110.
3. Арутюнян Ю. И. Конкурсы, награды и премии в педагогической практике Академии художеств / Ю. И. Арутюнян // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — Санкт-Петербург, 2014. — № 1 (18). — С. 138—143.
4. Морозов В. В. Молодежные технические конкурсы как элемент системы профориентации / В. В. Морозов // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. — Самара, 2024. — Т. 21. — № 4. — С. 37—50.
5. Обухов А. С. Методические рекомендации для участников Конкурса исследовательских работ Колледжа «26 КАДР» «В фокусе внимания» / А. С. Обухов, Н. А. Рытикова // Исследователь/Researcher. — 2021. — № 3—4. — С. 197—217.
6. Чеченкина Т. В. О роли экспертизы в конкурсном отборе масштабных научных проектов / Т. В. Чеченкина // Вестник Евразийской науки. — 2019. — № 6 (Т. 11). — Режим доступа: <https://esj.today/PDF/70ECVN619.pdf> (дата обращения: 26.10.2025).
7. Воскресенская О. А. Практика проведения профессиональных конкурсов на государственной и муниципальной службе / О. А. Воскресенская // Экономика, предпринимательство и право. — 2023. — Том 13. — № 9. — С. 3705—3728.
8. Мамонтова М. С. Региональные литературные премии и конкурсы в контексте сохранения традиций книжной культуры / М. С. Мамонтова // Финно-угорский мир. — 2016. — № 1. — С. 34—37.
9. Премия в области развития общественных связей RuPo R. Стали известны лауреаты XX премии в области развития общественных связей RuPo R. — Режим доступа: <https://rupor.regionpr.ru/stali-izvestny-laureaty-xx-premii-v-oblasti-razvitiya-obshhestvennykh-svyazey-rupor/> (дата обращения: 26.10.2025).
10. Премия в области развития общественных связей RuPo R. Лауреаты XX премии RuPoR — участники Национальной премии «Серебряный Лучник». — Режим доступа: <https://rupor.regionpr.ru/laureaty-xx-premii-rupor-uchastniki-nacionalnoj-premii-serebryanyj-luchnik/> (дата обращения: 26.10.2025).

Воронежский государственный университет
Мищенко И. С., аспирант
E-mail: mishchenkov.igor@yandex.ru

Voronezh State University
Mishchenkov I. S., Postgraduate Student
E-mail: mishchenkov.igor@yandex.ru