



День факультетского единства

ИЁ
ОТ
Ы
М
Ф
Д
Ж
В



В едином танце

СЛОВО РЕДАКЦИИ

Единение?!

Вчера вся страна отмечала День народного единства. Мы решили тоже его отметить, но своеобразно. Этот номер посвящён факультетскому единству.

Последние годы на факультете появляются новые направления обучения, академических групп становится всё больше. Но по странному стечению обстоятельств, студенты зачастую не задумываются или даже не знают, кто кроме них ещё учится на филфаке.

Мы попытались устранить это

незнание и постараться объединить студентов всех курсов и всех направлений нашего факультета хотя бы виртуально на страницах этого спецвыпуска.

Корреспонденты газеты ФилфакТ брали интервью у студентов и просили их рассказать о том, что они знают о тех, кто учится с ними рядом.

Нельзя сказать, что наш социальный эксперимент провален, но вы можете заметить, что некоторые из направлений обучения высказались не все студенты. Те, кто отказывался отвечать на вопро-

сы говорили, что не знакомы ни с кем, кто учится на этом направлении или просто не знали, что у нас на факультете есть такая специальность.

Нередко студенты из одной академической группы не только не знают никого с другого направления, но и не знакомы с ребятами своего направления старших и младших курсов.

Нельзя, конечно, говорить о полной разобщённости факультета, ведь у нас есть активисты в сфере науки или творчества, которые объединяются по интересам.

Но должно быть хотя бы духовное единство, которое, конечно сложно достичь, так как сами направления обучения очень разные. Сравните хотя бы филологов и специалистов по интеллектуальным системам в гуманитарной сфере. Одни говорят о героях литературы XIX века, а другие решают контрольные по матанализу.

Так может, и не нужно нам это факультетское единство, которым гордятся географы, историки и биологи?

Давайте решать вместе.

Ваш ФФТ

ПОСЛЕ ЭКЗАМЕНА



О ФИЛОЛОГАХ

Забавно наблюдать, как некоторые журналисты смотрят на филологов как на кого-то недостойного: «на журналистику баллов не хватало». Но меньший проходной балл вовсе не значит меньшие требования или худший уровень подготовки. Подчас даже наоборот.

В отличие от журналистов, филологи — это те, кто, в первую очередь, умеет читать. К сожалению, этим умением сейчас пользуются далеко не все. Но самое главное — они знают, как работает язык. Те мельчайшие детали, которые разделяют умение составлять из букв слова, а из слов — предложения, и подлинное владение языком, находятся где-то во владениях филологов.

Хотя поступить на «Филологию» проще, учиться там куда труднее. Бесконечное количество часов всевозможных языков и литератур показались бы привычным к халяве журналистам настоящим адом. Зато, вероятно, филологи хоть что-то изучают подробно, а не «по верхам».

Жаль, что для многих филолог = учитель русского языка. Филолог может стать журналистом, редактором, писателем — в общем, пригодится в любой профессии, мало-мальски связанной с работой с языком и текстами. В конце концов, филолог может и в науке остаться — многие сейчас утверждают, что в филологии грядут большие перемены. Значит, без филологов — никуда.

Никита Баранов, ЖУР-10

О РЕКЛАМЩИКАХ

Пиар — это искусство и наука предложить журналистам, (как главным агентам массовых коммуникаций), привлекательную историю об организации. А так как журналисты всегда связаны всякого рода «дедлайнами», то такое взаимодействие с пиарщиками становится выгодным и для журналистов, потому что позволяет не тратить много времени на поиск интересной информации. Конечно, если журналист думает в духе публичности, исходит из интересов всего общества, как он их себе представляет, то пиар-менеджер думает только о том, как вписать своего субъекта в социальный контекст, чтобы этот субъект выглядел там хорошо.

Учебный процесс по своей успешности не сильно отличается от учебного процесса у журналистов. Как по качеству выполнения работ, так и по дисциплине. Не все ещё понимают в чём разница между журналистами и пиарщиками. Она ведь не в только разных видах деятельности, она состоит в психотипах, то есть, в специфике самих людей, которые поступают. На журналистику, как мне представляется, идут люди которым хотелось бы публичности, пиарщикам публичность ни к чему. А роднит их способность писать, сочинять. Другое дело, что на журналистов меньше нагрузка как на организаторов, редакторов, а у пиарщиков это на одном из первых планов, умение спланировать, организовать.

Николай Филиппович Пономарёв

О РЕКЛАМЩИКАХ

Студенты направления «Реклама и связи с общественностью» такие же, как и мы, обычные люди. В толпе их может, и не заметишь. Только, как показывает практика, пиарщики активнее и увереннее в принятии решений. В идеале пиарщик целеустремлен, общителен, обладает качествами лидера, поскольку его профессия направлена на продвижение кого-то, либо чего-то. Пиарщик должен обязательно знать, как минимум, основы психологии, математики, журналистики, экономики и другие. В особенности важна психология, потому как создание имиджа компании, требует от специалиста знания того, какое влияние окажет на человека реклама и правильно ли выбраны средства, с помощью которых будет достигаться цель. Изучать английский или любой другой иностранный язык пиарщику необходимо все годы обучения. Это пригодится для его будущей профессии.

Что касается трудоустройства, то думаю, больших проблем с этим быть не должно, потому как минимум в кармане будет диплом о высшем образовании. Если учебное заведение, нацелено не на зарабатывании денег, а на «производстве» качественно подготовленных студентов-специалистов, то в этом случае контролировать количество студентов данной специальности обязательно, потому как в наш город не так велик, чтобы по профессии были устроены работать 100% выпускников.

Алла Дёмина, ЖУР-10

БОЛЬШАЯ ВЕСНА



ОБ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМАХ

Интеллектуальные сферы для меня, как и для многих, наверное, самая загадочная специальность на филфаке, так как появились они только в этом году и чем они там занимаются — не понятно. Но насколько я знаю, наши интеллектуалы, учитывая то, что они учатся на филфаке, работают в сфере компьютерных систем, изучают языки компьютера. С трудом представляю, где это может использоваться, но примерная их сфера — это связь с общественностью, администрирование сайтов, страниц каких-то чиновников. Я думаю, выпускника этой специальности может принять на работу, например, депутат для администрирования личного сайта или страницы в социальных сетях. Интеллектуал должен грамотно выражать свои мысли. Это моё представление о студентах этой специальности.

Леонид Лямин, ИЗД-13

КОНФЕРЕНЦИЯ



О ЖУРНАЛИСТАХ

Думаю, что настоящий журналист должен обладать интеллектом, осведомлённостью, любопытством, компетентностью и честностью. Как правило, журналисты должны уметь вовремя сориентироваться в любой ситуации, правильно донести информацию до людей, грамотно и ответственно анализировать всё происходящее. Особенно не помешает харизма, так как интересного, яркого журналиста видеть и слушать приятнее. Кроме того, журналист должен обладать большим спектром знаний, широким кругозором, а для этого нужно много читать, много ездить по миру, общаться, знать иностранные языки. Вообще, журналистика — это такая профессия, которая требует постоянного роста, самосовершенствования, всегда должна присутствовать высокая мотивация, здоровое любопытство к новостям и т.д.

К сожалению, мы не так часто и плотно общаемся. Но наблюдая за некоторыми студентами, я могу сказать, что лишь немногие могут стать действительно Журналистами с большой буквы. На мой взгляд, эта профессия очень сложная. Хотя кто знает... Хотелось бы верить, что у них всё получится!

Эта профессия востребована, несомненно. Хотелось бы, чтобы каждый журналист нашёл свою стезю, а не шаблонно мыслит и повторял чужие проекты. Для интересного, мыслящего журналиста, трудности не должны быть проблемой, так как это часть его профессиональной деятельности, к этому надо быть готовым.

Они могут работать во всех средствах массовой информации (редакции, телевидении, радио и т.д.), во всех горячих точках. А так же в культурной сфере, да мало ли ещё где... Планета у нас большая и интересная.

Наши пути могут пересечься в будущем, когда мы будем составлять различные программы для компьютеров... Журналисты тут же могут донести через СМИ наши открытия, а вообще, более конкретно затрудняюсь ответить, всё по ситуации, предугадать невозможно.

Оля Морохина, ИСГС-13

ОБ ИЗДАТЕЛЯХ

Издательское дело — звучит очень интересно и даже заманчиво, однако, тут я бы сомневалась именно насчёт качества образования, так как программа новая и не обкатанная. Думаю, студенты этой новоявленной специальности должны ориентироваться в целом в процессе книгопечатания, в технологиях с ним связанными. Больше ассоциирую их с филологами, хотя там от филологии наверняка мало что осталось.

Издатели многим отличаются от нас. Тем более филологи — это же такая специальность, которая предполагает, что выпускник посвятит себя научной деятельности, во всяком случае, с полученными знаниями, или преподавателями могут работать. На моей специальности знания академические. А на новых специальностях предполагается, что знания должны быть реально применимы и востребованы в современном мире.

«Издательскому делу», наверное, должны преподаваться предметы связанные с информационными технологиями, общественные науки, в сокращённом объёме — литература, ну основное — это особенные дисциплины связанные с книговедением.

В издательском деле хороших специалистов не хватает наверняка. Тем более, в связи с популярностью интернета, масштабы издательской деятельности расширились и теперь включают электронные ресурсы. Специалисты могут работать и в журнале, и в издательском салоне, в редакции и в сфере маркетинга и т.д. А вообще, сейчас всё зависит от личностных качеств человека, его мобильности, обучаемости. Порой и на диплом не посмотрят.

Если бы мне дали попробовать заняться издательским делом, то я бы хотела заниматься дизайном или поиском новых авторов.

Евгения Кузнецова, РУС-10

ОБ ИЗДАТЕЛЯХ

Я думаю, что ребята, обучающиеся на специальности «Издательское дело», весьма утончённые, знающие своё дело, они любят всё, что связано с книгами, журналами, брошюрами. Мне кажется, что у них нет слабых сторон. Я затрудняюсь в ответе по поводу их характера, так как считаю, что невозможно судить о людях по их профессии.

На мой взгляд, данная специальность весьма перспективная. Ведь очень многое зависит от них. Именно они работают с разнообразной информацией для массовой аудитории. Они придумывают в какой форме преподнести её, как её усовершенствовать.

Опять же, я думаю, они могут столкнуться с множеством трудностей, ведь нужно сотрудничать с большим количеством людей.

Издатели могут работать где угодно: от удобного офиса до интернета. Специалисты по интеллектуальным системам и издатели вполне могут связывать компьютерные технологии. Мы можем помогать им реализовывать их планы с помощью компьютерных программ.

Юлия Маркеева, ИСГС-13

ПОСВЯЩЕНИЕ



О ПИАРЩИКАХ

Студент-пиарщик — это просто безграничный источник энергии и позитива. Мы, так же, как и журналисты, всегда и везде. Каждый человек в моей группе по-своему сумасшедший, а вместе мы нормальные.

У пиарщика отсутствует скромность и скованность, зато присутствует огромное количество коммуникабельности и позитивной энергии.

На мой взгляд, все должны хотя бы раз побывать на семиотике. Это невероятно интересная наука, которая помогает разбираться в некоторых жизненных ситуациях.

Данил Балуев, РСО-13

НА УЧЁБЕ



О ЖУРНАЛИСТАХ

Журналисты ПГНИУ — они такие. . . журналисты! Их множество, они повсюду. Задают кучу вопросов, много болтают. Шумные и заводные ребята. Каждый день встречают с улыбкой, весёлые такие -думаю, учёба им нравится. Теоретическая часть прямо пропорциональна практической, причём практика очень интересная! ПГНИУ предоставляет возможность обучающимся почувствовать себя настоящими профессионалами в сфере журналистики. Они встречаются с известными личностями, берут интервью. У них есть шикарная возможность проявить творческую сторону своей личности. Журналистика, на мой взгляд, так сказать «конкретная» специализация. У студентов есть свои определённые цели, мотивы и план для карьеры и жизни. Это очень полезно для личности. И среди всех этих положительных сторон академических лет обучения журналистов трудно выделить какие-то негативные, вроде бы их и нет, а даже если они и существуют, то они моментально отходят на задний план.

Ольга Пономарёва, ФПЛ-13

СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ



О ЖУРНАЛИСТАХ

На мой взгляд, главной чертой журналиста должно быть соблюдение этики. Он не должен искажать факты ради собственной выгоды. Кроме профессиональной вежливости журналист должен обладать огромной скоростью. Для него крайне важно быстро прийти на место, быстро собрать информацию, а потом быстро и качественно написать материал. Он должен успеть первым осветить какое-либо событие. Кроме того, журналист обязан в совершенстве владеть своим языком. У него также должны быть очень обширные знания во всех сферах, в этом он должен быть просто докой. В нашей стране с журналистами часто случаются неприятные ситуации, доводящие вплоть до летального исхода, поэтому они должны быть подготовлены ко всему. Конечно, это относится не ко всем. Например, культурный обозреватель или журналист, специализирующийся на рецензиях, может не попасть в такую ситуацию. Тогда он должен обладать определенным культурным багажом. Но главное — любой журналист должен любить и уважать свою профессию и свой труд.

Леонид Лямин, ИЗД-13

ДЕРЕВО ПОСАЖЕНО



О ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМАХ

Я не хочу обсуждать кого-то и говорить про характер, у каждого есть свои причуды, но вообще все хорошие, мы успели привыкнуть друг к другу. Могу рассказать про нашу группу в целом. Она маленькая: 8 человек и всего один мальчик, зовут Руслан. Очень здорово, что группа небольшая, у нас такая своя атмосфера, как мини-семья. Еще круто, что преподаватели уделяют каждому много внимания, так как нас мало, получается почти индивидуальное обучение. Мы дружные, пока что всегда вместе, стараемся не ссориться.

Специальность у нас очень интересная и перспективная, связано с английским языком и программированием, к сожалению, очень много математики, мы все плохо ее понимаем, но друг другу объясняем, если кто-то что-то не понял. В конечном счете мы все равно поддерживаем друг друга, и все у нас круто!

Основная сложность данной специализации состоит в том, что у нас много математики, мы шли на филологический факультет, поэтому ожидали больше предметов, связанных с гуманитарной сферой. Но, пока мы справляемся, нам хорошо все объясняют, в противном случае все решает коллективный разум.

Труд работников данной сферы востребован повсеместно. Специалисты по интеллектуальным системам создают сложные базы данных, с которыми обычный человек сталкивается ежедневно, например, с системой Google или социальной сетью «В контакте». Мы сможем писать интеллектуальные системы обработки текстов, различный софт, позволяющий найти в тексте нужные слова и уловить смысл с помощью методов компьютерной обработки данных.

Таня Пестренина, ИСГС-13

ОБ ИЗДАТЕЛЯХ

Требования и характер студентов этой специальности предполагают высокие оценки. Помимо того, что студент должен уметь грамотно и понятно выражать свои мысли, быть наблюдательным, постоянно анализировать события и поведение людей и не опускать руки, он ещё и должен быть готовым к работе в любой момент.

Направление «Издательское дело» готовит к работе, связанной с созданием, выпуском и тиражированием разных видов информации. По окончании обучения студенты могут стать редактором, корректором, издателем, дизайнером, верстальщиком, работником рекламной сферы, создателем сайтов. Это должны быть, в первую очередь, грамотные люди, которые смогут корректировать тексты, заниматься редакторской деятельностью. Поэтому на первое место выходят дисциплины редактирования от учебных до фотоизданий. Так же студенты занимаются лингвистикой, изучают литературу, теорию коммуникации, психологию, рекламу, менеджмент.

Отличным примером для студентов могли бы послужить посещения лекций и встречи с успешными людьми в своей профессии. Семинары и творческие занятия вели бы действующие редакторы и популярные авторы российских газет, журналов и интернет-порталов. Известные журналисты своим примером могут помочь в работе над собой, избавиться от лени и добавить драйва.

Будущие издатели — это те, кто сам находит достоверную информацию, пишет и готовит её к размещению в печатных или электронных СМИ. Такая вещь, как вдохновение, здесь отходит на второй план. Номер должен выйти в срок и точка. «Задача должна быть выполнена к дедлайну» — как говорят журналисты. Какое же всё-таки страшное сочетание «dead» и «line» говорит само за себя. И неважно, есть у тебя настроение для этого или нет, ленишься, хочешь заняться чем-то другим, но нет, нет, нет и ещё раз нет. Сначала сделай работу, а потом можешь заниматься, чем душа пожелает. Без упорного труда, стремления и работы над собой здесь не обойтись. Именно этому учило бы направление «Издательское дело». Но опять же не стоит забывать, что успеха в нелюбимом деле не достичь. Самое главное, чтобы работа не была для тебя в тягость. Она должна быть интересной и доставлять удовольствие. Только так можно добиться успеха в карьере и по-настоящему чего-то достичь.

Екатерина Нестерова, ЖУР-11

ВООРУЖЕННЫЕ ФИЛОЛОГИНИ



О ЖУРНАЛИСТАХ

На мой взгляд, студент-журналист — это гиперактивный организм, находящийся всегда и везде. Следовательно, он в курсе всего, что происходит вокруг. А в наше время информация — самый необходимый ресурс.

Студент журналист всегда при делах, он практически ничем не отличается от студентов специальности пиар. Наши специальности очень похожи, особенно в начале обучения. Я нашёл различия только в учебном плане. Насыщен о парах с И.М.Печичевым и А.Ю.Братухиным и мечтаю на них побывать.

Поэтому скажу, что журналисты и пиарщики из одного теста. Это особенно заметно на репетициях в студклубе.

У пиарщиков дисциплины непростые, но очень интересные, это, пожалуй, философия и семиотика.

Я думаю, что настоящий журналист без проблем найдёт себе рабочее место. К тому же, количество СМИ с каждым годом увеличивается.

Данил Балуев, РСО-13

О РЕКЛАМЩИКАХ

Они люди творческие, с нестандартным мышлением, талантливые. Знают множество способов продвинуть свой товар и услуги, способны проанализировать рынок спроса и предложений, конкурентов и т.д. Готовы идти до конца для того, чтобы их товар или услуга всех заинтересовала и появился спрос.

Честно говоря, я думаю, что эта профессия недостаточно востребована, потому что сейчас незачем специально учить этой профессии, можно без труда найти человека, способного что-либо «пропиарить» или продвинуть.

Специалисты по рекламе могут работать в любой компании, где необходимо продвигать и раскручивать какой-либо товар или услугу. Общее между пиарщиками и специалистами по интеллектуальной системе: трудолюбие, ум, талант, выдержка — всё это необходимо в обеих специальностях.

Пиарщики могут помочь нам в продвижении наших программ, которые мы будем разрабатывать. Вы будете раскручивать, призывать покупателей, пользователей, а мы вам «денежку» за это платить.

Екатерина Казакова, ИСГС-13

МЕЖДУ ПАРАМИ



О ФИЛОЛОГАХ

Классическое филологическое образование даёт очень много полезных жизненных навыков — грамотно поставленная речь, письмо, начитанность и прочие жизненные бонусы. Сейчас филологов можно встретить не только в журналистике или корректуре, но и в более экзотических областях, например в IT по специальности «прикладная лингвистика» или же в рекламном бизнесе. Примеров много и приводить все нет смысла.

Вообще, лично я не признаю никакого специального образования. Несомненно, высшее (а тем более специализированное) образование даёт возможность пойти работать по профессии и получать зарплату не выше средней. И такие специалисты нужны, несомненно. История современного (и не только) бизнеса говорит нам о том, что все инноваторы и профессионалы своего дела обучались самостоятельно. Ведь если тебе что-то нужно, если у тебя есть страсть, то нет преград для изучения любимой специальности. Как я всегда говорю себе: есть мозги и желание — разберёшься. Нет? Тогда никто тебе не поможет.

Кирилл Давыдов, ИЗД-13

О РЕКЛАМЩИКАХ

Пиарщики — это, прежде всего, я считаю, те люди, которые работают с общественным мнением, то есть пытаются создать такую рекламу той или иной коммерческой или некоммерческой организации, на которую они работают. Пиарщики, на мой взгляд, должны быть, прежде всего, коммуникабельны — без этого никуда. Ведь залог успеха в рекламном бизнесе — умение общаться с людьми, умение так пропагандировать какой-либо товар, чтобы на него был спрос.

Ольга Шумихина, ИЗД-13

О ФИЛОЛОГАХ

Филологи получают глубокие знания по классическим дисциплинам, много работают с литературой, лингвистикой, славянскими языками. Это очень интересно и подойдёт тем, кто хочет быть по-настоящему образованным, разносторонне развитым. Филолог — состояние души, а не профессия. Не математику надо изучать сначала, как сказал Ломоносов, а свой язык и литературу. Математика ум приводит в порядок, а язык — душу.

Мы учим «мертвые» языки, которые пытаемся оживить с помощью собственных незаурядных усилий;

Мы творческие и талантливые люди, потому что продукт нашей деятельности — Слово;

Именно с нашей помощью создаются как научные трактаты, так и рекламные буклеты.

Мы точно знаем, как правильно произнести то или иное слово.

Если нас разбудить среди ночи и потребовать пересказать труд Эсхила, мы перескажем их так, что вы больше не сможете заснуть.

Мы толерантны, ведь мы знаем, что если в разных языках встречаются родственные слова, то и между нациями может найтись немало общего.

Алина Зеленина и Тая Кобелева, РУС-10; Ольга Пашина, РУС-13

ОБ ИЗДАТЕЛЯХ

Студент направления «Издательское дело» должен быть эрудированным, понимать в информационных технологиях. И, разумеется, должен понимать, на какую специальность он пришёл. *Это должно касаться студентов всех направлений (прим. ред.)*

От студентов направления «Реклама и связи с общественностью», на котором я учусь, издатели отличаются скорее всего тем, что пиарщикам предстоит общаться все же с людьми, а издатели изучают еще технологические процессы издательства.

Не знаю точно, в чем разница между нашими учебными планами. Возможно, у издателей много математики, информатики, литературы. На следующих курсах пойдут уже дисциплины по их специальности, это должно быть интересно.

Думаю, что на рынке труда выпускники-издатели будут востребованы. Эта профессия редкая, если не новая, для Перми, так что, думаю, у работодателей эти ребята будут иметь успех.

Было бы интересно заглянуть к «издателям» на месяцок-другой, но не больше. Поучиться чему то новому.

Белла Истомина, РСО-12

ПЕРВОЕ СЕНТЯБРЯ



О ЛИНВИСТАХ

Студенты-лингвисты — это современные гении. Их специальность стоит на стыке технических и гуманитарных наук. В современном мире мы, чаще всего, сталкиваемся либо с технарями, либо с гуманитариями, а лингвисты выступают живым примером совмещения того и другого.

Они отличаются от нас, ведь жизнь и работа пиарщика неразрывно связана с обществом. Специалист по рекламе и связям с общественностью должен быть словолюбивым журналистом и необязательно рекламщиком.

Насколько мне известно, в их учебном плане присутствует много сложных технических дисциплин: информатика, программирование, компьютерная обработка.

Будущие специалисты-лингвисты смогут реализовать себя, например, в сфере программирования поисковых систем, а это очень востребованное направление в современных технологиях.

Думаю мне, как будущему пиарщику, было бы интересно и полезно попробовать себя в качестве лингвиста.

Юлия Анциферова, РСО-13

О ФИЛОЛОГАХ

Я считаю, что филологи — это особенные люди, в которых сочетаются и аналитический ум, и гуманитарный. Такие люди превосходно ориентируются в системе языка. В то же время красноречиво излагают свои мысли, которые понятны будут всем.

Такие люди в моем понимании открытые и общительные. Они способны одной фразой повести за собой группу людей, и заставить их мыслить необходимым образом. Но они слишком много времени проводят наедине со своими мыслями.

В связи с тем, что сегодня начинается эра гуманитариев, филологи так же важны как и физики, математики, ведь без языка не было бы всего. Язык, речь делает нас людьми. Филологи могут быть востребованы в СМИ, сейчас это достаточно влиятельная сфера в жизни людей.

Я учусь по новой специальности, где соединяются программирование и язык, с каждым днём я понимаю, что филология и интеллектуальные системы тесно связаны, одно без другого не может. Тому доказательство — поисковые системы.

Гузаль Дусакова, ИСГС-13

О ЛИНВИСТАХ

Лингвисты, как я думаю, это люди, которые должны быть очень сильными в своём деле, они должны любить языки, должны быть очень общительными и приятными на вид людьми. Если ты захотел стать лингвистом, если ты захотел знать кучу языков и если ты довольно-таки общительный человек, легко находишь общий язык с людьми, то ты должен выкладываться на полную, ведь всего не выучишь за раз, для этого нужны годы... Нужно время, потому что ты всегда, с каждым днем узнаешь что-то новое, что-то нужное для тебя и для общества.

Я думаю, что проблем с дальнейшими перспективами не возникнет, по моему это очень востребованная профессия. Такие люди нужны, и они везде ценятся. Трудности? Да, я думаю, что они встречаются у выпускников, потому что некоторые люди сразу хотят получить достойную работу с довольно-таки высокой заработной платой, но так ведь не бывает, все мы понимаем, что всё должно происходить постепенно, по шагово. И не стоит никуда торопиться, всему своё время.

Где работать? Да где угодно: разные компании, турагентства, можно создавать собственные ИП, да если подумать, то можно найти кучу разнообразных вариантов.

У лингвистов с интеллектуальными системы есть что-то общее, мы можем дополнять друг друга, так как для разработки программ нужны разные языки, например для создания различных (развивающих, развлекательных или, наоборот, серьёзных) сайтов. Просто придумываем общую идею и «вуаля», все заняты делом: одни разработкой, другие идей, и мы бы просто дополняли все друг друга, была бы взаимопомощь.

Юлия Кокшарова, ИСГС-13

ЧЕМПИОНАТ ПО ЧГК



О РЕКЛАМЩИКАХ

Пиарщики — это люди, обладающие острым умом и оригинальностью. Творческие люди, но не отодвигают интеллект на задний план. Им важно уметь находиться наедине с собой и одновременно быть готовым к работе в группе.

Для PR'щиков важно проявить себя с интеллектуальной стороны, помимо творческой, у которой, на мой взгляд, несколько второстепенный характер. У пиарщиков острый ум, есть некая хватка. Специальность «PR и связи с общественностью» учит быть стойким, выдерживать конкуренцию, развивает кругозор. Тоже очень важно для современного человека и общества в целом. Вообще, общество сегодня очень развито в разных сферах и такие специальности, как пиар и журналистика нам необходимы, они затрагивают актуальные вопросы и проблемы человечества. Всё, что происходит вокруг тебя.

Ольга Пономарёва, ФПЛ-13



О ЛИНВИСТАХ

Лингвист в первую очередь должен идеально владеть изучаемым языком, независимо от того, переводит он слова какого-то человека или работает с текстом. В любом случае он должен обладать навыками редактора для того, чтобы при переводе грамотно оценивать какие-то идиомы, устойчивые выражение, архаизмы, диалектизмы, поговорки и тому подобное. С другой стороны, профессия переводчика требует большой ответственности. Например, если ты работаешь переводчиком какой-то важной особы, от того, как ты переведешь слова, зависит очень многое. Если ты работаешь с текстом, важно чувствовать его настроение, грамотно определять тему, не добавлять при переводе какой-то «отсебятины», ничего важного не убирать. Это, кстати, относится и к поэтам-переводчикам: они не могут переводить стихи дословно, но они обязаны сохранять замысел автора, находить слова и фразы, подходящие по смыслу.

Леонид Лямин, ИЗД-13

НА СЦЕНЕ СДК



О ЖУРНАЛИСТАХ

Журналисты бывают разные, и студенты-журналисты в особенности. Когда смотришь на жизнь, находясь по ту сторону экрана телевизора, динамика радиоприёмника и газетной полосы, очень многое воспринимается иначе.

Многие из нас не хотят работать по специальности, особенно после первой-второй настоящей практики. У большинства практически с первого курса начинаются проблемы со сдачей зачёта по истории зарубежной литературы и – со второго – курсовой. Далеко не все любят читать, особенно бумажные носители информации. Часто забываем, а иногда и просто не хотим следить за последними новостями. Иногда ищем место, где больше платят, независимо от степени порядочности редакционной политики. Со всех сторон выслушиваем обвинения в цинизме, апатии, пассивности, безынициативности, слабой эрудиции, пессимизме, нагнетании обстановки, высасывании сенсации из пальца, непроверенности поставляемой информации, распространении сплетен, скандализме и неумении точно и корректно сформулировать вопрос, а иногда и собственную мысль.

Однако, кто бы что ни говорил, а студенты-журналисты ПГНИУ значительно выделяются на фоне практиков без профессионального журналистского образования. У нас есть чёткое представление о добре и зле, о журналистской и корпоративной этике, о лести и бескорыстии. У большинства из нас устойчивая психика и твёрдая жизненная позиция, а часто и куча принципов, которые, если и не облегчают жизнь, то, по крайней мере, не дают погрязнуть в мире пошлости и коррумпированности.

Наши девочки – не разукрашенные гламурные девицы, мечтающие выйти замуж за олигарха или хотя бы заполучить покровительство важного спонсора. Наши девочки – настоящие личности с богатым внутренним миром и трезвым взглядом на реальность. Многие способны и «Матиз» на полном ходу остановить, и в горящую избу войти, чтобы взять интервью.

Наши мальчишки... Ну, мальчишек у нас не так много. А в некоторых группах и совсем нет. Но те, кто есть – не мажоры, способные думать только о тачках, деньгах и ещё непонятно чём. А сильные и мужественные борцы, умеющие находить выход из сложных ситуаций не только силовыми, но и (что встречается чаще и больше ценится) интеллектуальными методами.

Возможно, прозвучит немного пафосно, но хочется закончить стихами Окуджавы: «Совесь, Благородство и Достоинство – / Вот оно, святое наше воинство. / Протяни ему свою ладонь, / За него не страшно и в огонь. / Лик его высок и удивителен, / Посвяти ему свой краткий век. / Может, и не станешь победителем, / Но зато умрешь, как человек».

Анна Чугайнова, ЖУР-11



ОБ ИЗДАТЕЛЯХ

Мы, издатели, народ непростой, специфическое направление обязывает. На 1 семестре что мы только не изучаем: математика, социология, КСЕ и другие предметы. Обучение по таким «нефилологическим» предметам делает студенческую жизнь ещё веселее!

Спустя полтора месяца, понимаю, что мы недостаточно знаем все варианты трудоустройства по специальности, что только в течении ближайших месяцев мы определимся, где нам будет интереснее проявить свои знания и умения. Практика после 1 курса также поможет нам, возможно кто-то изменит своё решение насчёт будущей работы или найдёт себя в другом деле.

Наша специальность отличается от других не только оригинальным набором дисциплин. Она отличается ещё и масштабом приобретаемых нами профессиональных качеств и навыков. Потому что издатель обязан знать весь процесс, извините за тавтологию, издания и реализации продукции (в печатном или электронном виде).

Евгений Касаткин, ИЗД-13

О ЛИНГВИСТАХ

Поступая на специальность «Фундаментальная и прикладная лингвистика» мало кто осознает, куда он поступает. Наше направление намного шире других. Что касается обучения, то оно у нас просто отличное. Квалифицированный педагогический состав восхищает своим умением преподать сложную информацию на простом, для нас, языке. Учиться тут интересно, но нелегко. Но оно того стоит. Настроение среди студентов, по большей части, хорошее. У студентов нашего направления есть хорошая возможность выучить несколько языков. В конце концов, мы изучаем не только теоретические, но и прикладные дисциплины, поэтому нам иногда бывает очень сложно научиться переключаться из одной профессиональной сферы в другую. А так, все очень даже довольны планом обучения и программой, которую мы проходим.

Екатерина Ильина, ФПЛ-12

БРУТАЛЫ ФИЛФАКА



О ФИЛОЛОГАХ

Наверное, филолог – это человек с богатым внутренним миром, человек с душой. Литература, как классическая, так и современная, делится ценным опытом и вносит свои корректировки в личность человека. Думаю, филологи – люди эмоциональные, но не проявляющие всё своё «Я» открыто на публике. Они душевные люди, умеют поддержать любую беседу.

Ольга Пономарёва, ФПЛ-13

О РЕКЛАМЩИКАХ

К специальности «Реклама и связи с общественностью» отношусь не слишком серьёзно, может быть в какой-то степени под влиянием высказываний преподавателей наших кафедр. Их вижу какими-то подвижными и креативными, ведь это важно в их деле, заинтересовать своей неординарностью. Кстати, удивлена, что «Реклама и связи с общественностью» стала специальностью филологического факультета.

У пиарщиков вот сложно сказать, какие предметы отличаются от наших. Это, наверное, менеджмент, реклама, экономика, обществознание.

Думаю, на специалистов этой области сейчас есть спрос. Пиарщики очень нужны в условиях развития торговли. Они могут работать в специальных департаментах или управлениях по связям с общественностью.

Меня бы привлекло создание рекламы, ведь это творческий интересный процесс, и там я могу применить и филологические знания. Или создавать имидж какой-нибудь компании могла бы.

Евгения Кузнецова, РУС-10