

навчального закладу є досить значною (в моєму університеті це близько 500 тисяч гривень на рік). А всі знають, що мати справу з державними грошима дуже непросто, адже це і численні перевірки, а в разі помилки навіть можна потрапити до в'язниці. Тут постає питання величезної відповідальності та професійності тих людей, які будуть займатись розподілення і використанням цих коштів. Поки немає чіткої схеми виконання даної норми ми можемо лише гадати та мріяти про свою фінансову незалежність. Але нічого, м і так чекали багато років, почекаємо ще трошки.

На останок бажаю всім якомога скоріше втілити нові норми Закону України «Про вищу освіту», у свої внутрішні нормативні акти, та надалі насолоджуватись наданим студентському самоврядуванню поважним статусом та, щоб дані зміни дуже позитивно вплинули на ефективність вашої роботи!!!

ДПТНЗ «Конотопське ВПУ»
АРНАУТОВ А. А.

ПАР ДІЯЛЬНОСТІ ОСС: ІМІДЖ КОЖНОГО – ІМІДЖ УСІХ

Згідно зі спостереженнями, близько 50-70% студентів у ВНЗ не поінформовані про діяльність органів студентського самоврядування або навіть не знають про існування таких, і що у такій ситуації можна казати про зневіру до реальних можливостей тієї чи іншої організації взагалі. Брак інформації причетний, мабуть, і до такої характерної тенденції у сприйнятті студентами органів самоврядування: низького рівня довіри та низького авторитету органів студентського самоврядування (колегій, рад, парламентів)...

Таке поняття, як паблік рілейшнз (надалі PR), вже давно увійшло у наше повсякденне користування і є невід'ємною частиною діяльності кожної організації. Основна мета PR в ОСС - позиціонувати свою діяльність у суспільстві, сформуванати імідж своєї організації і залучити до своєї діяльності найбільш активну, мобільну, зацікавлену та талановиту молодь. Це треба робити, бо сьогодні є необхідною присутність у інформаційному просторі. Свідченням цього є активна PR діяльність сучасних політиків, бізнесменів, підприємців та ін. Тому нам просто необхідно зосередити свою увагу саме на PR діяльності органів студентського самоврядування.

PR діяльність невід'ємна складова діяльності ОСС. Вона дає можливість не тільки ознайомити з «плодами» власної діяльності, а і залучити до роботи у своїй організації нових активістів, залучити спонсорів для власних проєктів та набути певного статусу у місті, регіоні або, навіть, країні.

Робота PR- сектору кожного органу студентського самоврядування має свої власні напрями. Але найчастіше вона стосується висвітлення діяльності органу студентського самоврядування в студентських газетах і оголошеннях,

оприлюднення підсумків інтелектуальних ігор і спортивних змагань студентів, друкування оголошень та вітань, розробка святкових плакатів та сценічного оформлення концертів, випуск студентської газети після кожного проведеного конкурсу або виступу художньої самодіяльності студентів. Менш традиційними, але, певне, більш корисними є ознайомлення студентів з їх правами та обов'язками, можливості їх самореалізації (працевлаштування, стажування та інш.)

Але ці обов'язки були б актуальними 10, а то і 20 років тому. Здається, нічого не змінилося, але ні. Змінилося головне – змінилися люди. Наша молодь вже не така, як 20 років тому. На плакати та оголошення вже мало хто дивиться. Для того, щоб вони зацікавили пересічного студента вони мають або бути надзвичайно великого розміру, або бути надзвичайно кольоровими та мати ефектні картинки, або висіти у місцях найчастішого перебування студентів. Отже, для того, щоб кожен раз друкувати плакати з вищеназваними якостями не вистачить бюджету жодної організації.

Тому треба шукати новий спосіб діяльності. Перед нами постає питання, де наша молодь проводить 60(а то і всі 80) % свого вільного часу? Звичайно, за комп'ютером, корпаючись у глобальній мережі Інтернет. На сьогодні саме ця мережа постає основним полем діяльності PR-сектору будь-якої організації. По-перше, це власний сайт органів студ. врядування. Ним може займатися голова PR-сектору, або хтось із його помічників. Тут до справи, бажано, залучити спеціалістів з WEB-дизайну, щоб сайт був цікавим та привабливим. Цими «спеціалістами» можуть виступати самі студенти, які цікавляться WEB-дизайном та комп'ютерними технологіями, саме для них це буде не зайвою практикою та можливістю самореалізації. На ньому мають міститися свіжі новини. Крім того, право додання новин повинен мати кожен користувач (звичайно, зі згоди адміністратора сайту). А перед «запуском» сайту можна скористуватися старими-добрими методами (певними агітаціями, акціям, оголошеннями щодо його відкриття). Щоб цей сайт дійсно мав популярність серед студентів необхідно, щоб він мав все необхідне для них. Це може бути розклад занять, електронний каталог бібліотеки ВНЗ, посилання на корисні сайти, що можуть знадобитися під час навчання, новини, музика, юридичні консультації, дискусії у чаті, радіохвилі ВНЗ та інші цікаві молоді теми.

З кожним днем все більше зростає популярність соціальних мереж, таких як «Вконтакте», «Однокласники», «Мой мир» та інші. І тут ми маємо можливість створити групу, у якій будуть приймати участь усі бажаючі (в ідеалі всі користувачі, що навчаються у вашому ВНЗ). Тут вони можуть пропонувати свої ідеї щодо роботи ОСС, коментувати заходи які їм подобаються або ні. Це унікальна можливість завжди знайомити студентів зі свіжими новинами. Але проблема в тому, що часто ними просто не займаються. Так, студент, заходячи туди протягом місяця бачить одні і ті ж теми для обговорення, то потім він просто заходить туди не стане. Або у

іншому випадку група перетворюється з офіційної, на власну групу членів ОСС. Там обговорюються питання особистого характеру та інше. Така бездіяльність може призвести до того, що пересічний студент, бачачи таку бездіяльність у групі, буде підсвідомо проєціювати її на діяльність самого ОСС. Бо коли неможливо налагодити роботу навіть у групі, то складається враження, що організація бездіяльна взагалі. І дуже важко буде довести такому студентові протилежне. Саме тому необхідне модератор, який підтримує дискусії, знаходить теми, що хвилюють молодь, навіть якщо вони не стосуються самоврядування(!).

Вся PR діяльність повинна розглядатися нами як створення інформаційного приводу, чим би це не виступало. Будь-яка діяльність повинна знайти своє відображення за допомогою проведення брифінгів, використання інтернет ресурсів, FM-станцій. Гучні події у вашому ВНЗ, на кшталт святкових заходів, конференцій, співпраці з міськими державними органами та іншими ОСС, повинні висвітлюватися у місцевій пресі як саме студентські ініціативи та проекти. Така діяльність може мати як епізодичний, так і постійний характер, все залежить від масштабності діяльності органів самоврядування та домовленостей з редакторами міських газет. Вихід на ЗМІ міста дає можливість ознайомити з діями ОСС майбутніх абітурієнтів і тим самим отримати нових потенційних активістів вашої організації, які ознайомлюючись з матеріалом у місцевих ЗМІ будуть приходити до ВНЗ з бажанням дізнатися більше саме про студентське життя та діяльність. Крім того; це і піар самого вищого навчального закладу, а це, у свою чергу, дає можливість покращити стосунки з адміністрацією ВНЗ(Виграш - Виграш).

Таким чином PR діяльності органів студентського самоврядування необхідне не тільки для того, щоб встановлювати та підтримувати зв'язки з громадськістю, інформувати студентство про основні заходи та діяльність ОСС, а і для того, щоб запобігти описаним вище негативним тенденціям.

Вінницький національний технічний університет
ВАЛІГУРА І. О.

МОТИВАЦІЯ ДО ДІЇ В ОСС

У зв'язку з періодом розбудови нашої держави актуалізуються погляди на роль і значення молоді в творенні майбутнього країни, в тому числі й студіюючої.

Трансформаційні процеси, пов'язані зі зміною соціально-економічних і політичних координат розвитку України як незалежної держави, становленням ринкових і демократичних відносин, входженням України у Європейський і світовий простір, потребують інтенсифікації процесу інтелектуального зростання нації - розвитку культури, науки, освіти і