

спільної маси, адже це - демотивуючий чинник. По-третє, заохочення не повинні бути постійними. Важливі корпоративні заходи і перспектива зростання : людина приходить представником від групи, згодом стає головою студентської ради факультету, а потім головою студентської ради університету, міста тощо.

Крім того, участь у подібних організаціях формує у людини навички лідера. У своїй діяльності ми об'єктивні, діємо скоординовано на основах принципу демократичності, добровільності та законності, що, в свою чергу, допомагає нам формувати себе як розсудливу, справедливу і об'єктивну у своїх поглядах особистість. Якщо ти - яскраво виражений активіст, ентузіаст, який прагне втілення своїх ідей, і тобі є що сказати світові, твоя дорога у студентське самоврядування – саме таким має бути лозунг залучення студентів до діяльності студрад. Крім того, потрібно наголошувати, що діяльність студентської ради перш за все несе користь самим її членам.

Маріупольський державний  
гуманітарний університет  
БОЙКО З. О.

## **PR-ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

Таке поняття, як Паблік рилейшнз, вже давно увійшло у наше повсякденне користування і є невід'ємною частиною діяльності кожної організації. Основна мета PR - позиціонувати свою діяльність у суспільстві, сформувати 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. Тому нам просто необхідно зосередити свою увагу саме на PR-діяльності органів студентського самоврядування.

Але давайте розберемося, навіщо нам все-таки потрібна PR-діяльність, яку роль вона відіграє, що може нам дати? Необхідність цієї діяльності можна простежити на трьох рівнях, це необхідність для особистості, організації та самого ВНЗ.

Хотілося б сказати, що для кожного з нас, для лідерів студентського самоврядування, - це невід'ємна складова не тільки



власного іміджу, а й майбутніх професійних перспектив. Бо ми набираємося досвіду, формуємо свою власну життєву позицію та набуваємо авторитету серед колег та адміністрації ВНЗ.

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

Це неабиякі перспективи і для самого ВНЗ. Нові абітурієнти, увага до ВНЗ з боку міських або регіональних ЗМІ формують авторитет до нього самого. А це неабиякий чинник для формування рівноправних стосунків з адміністрацією ВНЗ. Бо ми не тільки просимо щось, ми і даємо.

Згідно з нашими спостереженнями, близько 40-60% 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 наступної характерної тенденції у сприйнятті студентами органів самоврядування: низького рівня довіри та низького авторитету органів студентського самоврядування (колегій, рад, парламентів). Таким чином, PR-діяльність органів студентського самоврядування необхідна не тільки для того, щоб встановлювати та підтримувати зв'язки з громадськістю, інформувати студентство про основні заходи та діяльність ОСС, а й для того, щоб запобігти описаним вище негативним тенденціям.

Робота PR-сектору кожного органу студентського самоврядування має свої власні напрями. Але найчастіше вона стосується висвітлення діяльності органу студентського самоврядування у студентських газетах і оголошеннях, оприлюднення підсумків інтелектуальних ігор і спортивних змагань студентів, друкування оголошень та вітань, розроблення 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 ін.)

Але ці обов'язки були б актуальними і 10, і 20 років тому. Здається, нічого не змінилося, але ні. Змінилося головне – змінилися люди. Наша молодь вже не така, як 20 або 30 років тому. На плакати



та оголошення (на жаль або ні) 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 (місця ці ми називати не будемо, але вітальним плакатам там точно не місце). Отже, для того щоб кожен раз друкувати плакати з вищеназваними якостями, не вистачить бюджету жодної організації.

Отже, 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 бути 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 скористатися старими-добрими методами (певними агітаціями, акціями, оголошеннями щодо його відкриття). Щоб цей сайт дійсно мав популярність, необхідно, щоб він мав все необхідне для студентів. 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 брати 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 у тому, що часто ними просто не займаються. Так, якщо студент, заходячи туди протягом 1 місяця, бачить одні й ті самі 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 необхідний 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.

Студентські ЗМІ є вагомим чинником у проведенні PR-діяльності органів студентського самоврядування, але він має ряд проблем. Найважча з них – це недостатнє фінансування. Але давайте подумаємо, чи зможемо ми впоратися з грошима, якщо вони будуть, чи компетентні ми у цьому питанні. Звичайно, є багато талановитих та креативних студентів, які пишуть для газети. Але і їх треба спеціально готувати для того, щоб вони розбиралися у механізмі PR-діяльності, могли грамотно доносити свою думку до громадськості, розуміли, що можна писати у ЗМІ, а чого не варто. Бо навіть наявність грошей ще не гарантує популярність газеті. Тут можуть бути актуальними проведення мастер-класів з цього питання, організація тренінгів для редакторів та журналістів студентських ЗМІ. Давайте налагодимо співпрацю у цьому напрямку. Я знаю, що такі тренінги є поширеними у багатьох містах нашої країни, але на жаль у нашому місті такого



немає. Тому хотілося б, щоб нас запрошували на такі заходи, бо тільки разом ми зможемо досягти результату.

Звичайно, велику роль сьогодні відіграє фактор байдужості та інфантильності більшості студентів, який робить PR-діяльність значно складнішою. Але не можна всі проблеми бачити тільки у цьому. При грамотній роботі навіть байдужий до навчання та студентського життя студент зможе знайти для себе щось цікаве. А що вражає, що саме серед таких «байдужих» студентів є більшість талановитої та повної ідей молоді, яку непогано було б мати у своїй команді. Думаю, перелічені вище проблеми є актуальними для будь-якої організації. І наше завдання полягає у нагальному їх вирішенні. Пропонуйте ваші варіанти, бо тільки разом ми зможемо знайти вихід.

Вінницький соціально-економічний інститут  
“Університет Україна”  
БУРКОВСЬКА Ю.П.

## **ВЗАЄМОДІЯ З АДМІНІСТРАЦІЄЮ ВНЗ КОНСТРУКТИВНИЙ ДІАЛОГ ЧИ «ХОЛОДНА» ВІЙНА**

Насамперед перед тим, як говорити про взаємодію з адміністрацією, ми маємо зазначити, що таке адміністрація. Адміністрація - це не щось одне, адміністрація складається з різних адміністративних підрозділів і посадових осіб, з якими вирішуються різні питання.

Взаємодія з адміністрацією, беззаперечно, дуже важливий складник роботи ОСС. Адміністрація контролює більшість питань, пов'язаних зі студентством, має ресурси, керує ВНЗ та має вплив на студентів. Тому без співробітництва з адміністрацією буде складно.

Але ось тільки підходити зі всіма питаннями до адміністрації краще не як до посадових осіб, а як до особистостей. Тільки особистий підхід допоможе вам вийти на інший рівень роботи з адміністрацією. Потрібно налагодити такі особисті стосунки з представниками адміністрації, щоб для вас стало звичним поспілкуватися з ними про життя, погоду тощо. Відтак ваші розмови з адміністрацією сприйматимуться, як розмова з товаришем. Отже, створюйте ваші стосунки з представниками адміністрації, як зі звичайними людьми.

Слід зазначити, що серед адміністрації можуть бути як ваші прихильники, так і недоброзичливці. Ваша задача - знайти своїх