

Також учасники поспілкувалися з Ульяною Токаревою, головою міжвідомчої координаційної ради з гендерних досліджень м. Маріуполя, Тетяною Ломакіною, представником місцевої влади, яка працює з молоддю міста. Круглий стіл за участі цих успішних жінок, спеціалістів у гендерній сфері, дозволив учасникам більше дізнатися про історію становлення сучасних поглядів на жінку, її діяльність, роль у суспільстві. А гості були приємно здивовані цікавими відеороликами учасників проекту, відмітили неповторність кожного сюжету і прокоментували свої погляди на підняті у відеороботах проблеми.

Найкращі автори фоторобіт мали можливість відвідати другий етап проекту у Києві. Молоді люди зустрілися з народним депутатом Лілією Григорович, обговорили з нею складнощі кар'єрного зростання жінки у сучасному українському суспільстві, проблеми, з якими стикалася пані Лілія на шляху до професійної самореалізації. У ці два дні також проходили дебати, у яких дівчата показали свої чудові ораторські здібності.

Участь у проекті взяли молоді люди з багатьох регіонів України. Незважаючи на назву проекту «Кінофабрика лідерок», у заході активно брали участь і хлопці. Бо, на нашу думку, обговорення гендерних проблем є просто безглуздом без участі протилежної сторони – жартома ми пояснюємо так: дівчата і так знають, що можуть бути лідерами, залишилося переконати у цьому хлопців. По закінченні проекту ми чули багато гарних відгуків і вважаємо його успішним... Під час дискусій, зйомок, дебатів, зустрічей з успішними жінками були підняті дуже актуальні і суспільно важливі питання, з якими на сьогодні стикаються і чоловіки, і жінки. Нам вдалося оминати риси радикального фемінізму і на рівні буденних прикладів з життя, оцінених фаховими спеціалістами, сформулювати свою думку, свій погляд на сучасні проблеми. Ми підсумували, що суспільство на даному етапі розвитку докорінно змінилося, і жінка може поєднувати роботу та виховання дітей. Головне, щоб кожна жінка мала можливість самореалізуватися. Девізом проекту став слоган: «До Формули Жіночого Лідерства РАЗОМ!»

Сумський Національний аграрний університет
ДЯЧЕНКО Ю. А.

ЯК ПРОВАДИТИ PR-ДІЯЛЬНІСТЬ ОСС?

Самотужки. На практиці це означає, що хтось з «керівників» вашого ОСС має перебрати на себе обов'язки PR – менеджера. Така людина буде постійно:

- поширювати всіма можливими каналами інформацію про місію, функції, повсякденну роботу та плани роботи на майбутнє;

- збирати й зберігати всі публікації та інші інформативні та ілюстративні матеріали, що стосуються діяльності вашого ОСС;

- формувати й оновлювати бази даних ЗМІ, владних структур, інших ОСС (зміни голів та інше), старост (груп, курсів, гуртожитків) вашого ВНЗ;

- дбати про зворотній зв'язок зі студентами;

- вчасно й активно реагувати на небажану (негативну) інформацію, що часом з'являється між студентами (в ідеалі попереджувати таку інформацію).

Зверніть увагу на особистість вашого майбутнього «PR – менеджера» ОСС, він мусить відповідати головним вимогам як:

- освіченість, високий інтелектуальний рівень;

- комунікабельність;

- достатні організаторські здібності;

- вміння добре писати й редагувати тексти;

- добре розвинені ораторські здібності;

- презентабельність (неодмінно!).

Не варто заглиблюватись в суть складних PR – досліджень. Ви не робитимете складних моніторингів, і не здійснюватимете громіздких PR – кампаній – у вас на це не вистачить ані сил, ані людських ресурсів, ані коштів, ані фахових знань. Ваша PR – діяльність полягатиме в послідовній і безперервній (плановій!) низці невеликих кроків, кожний з яких дасть конкретний результат. Напрацьовуючи певні навички, ці кроки можна робити швидко й майже механічно. Не витрачаючи надто багато часу, ви вдаватиметесь до таких дій «поміж» основною роботою – тією, задля якої ви створювали чи очолили Органи Студентського Самоврядування!