

займає якийсь положення. І в таких випадках до дій спонукає його соціальний статус. Метод «батога» частіше за все може втілюватись як за результатами попередньої діяльності, так і як результат умов соціального статусу, в якому знаходиться активіст. У таких випадках «бати́г» може виражатись як у вигляді вербальних спонукань або покарань, так і у вигляді соціального тиску. Необхідно відмітити ще й такий бік вищезазначених способів мотивації, як те, що і у разі соціальної відповідальності, й у разі методу «батога» усі мотиви короткочасні, тому в порівнянні з внутрішній зовнішня мотивація має частіше за все одноразовий ефект.

Отже, вище ми розглянули основні види мотивації студентів до діяльності в органах студентського самоврядування. Необхідно підкреслити, що зручно використовувати не один якийсь метод мотивації, а одразу декілька, при цьому як внутрішню, так і зовнішню, і в комплексі впливати вже на активістів.

Сумський державний університет
ЛАТУНОВА Д.А., АВЕР'ЯНОВ Є.М.

ПІАР ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ.

Часто у людей, що працюють в ОСС, виникає питання: «Як залучити студентів до активного життя університету?» І частіше за все ми обираємо найбільш примітивні відповіді. Так, провести першу лекцію про ОСС для першокурсника або організувати факультетський виїзд на природу – це дуже важливо, але набагато важливіше продумати, як правильно донести інформацію до студентів і зробити цей, на перший погляд, звичайний захід якоюсь феєричною подією.

Існує дуже багато засобів ефективного піару, але, на жаль, не всі їх ми можемо застосовувати, спираючись на те, що все це проводиться в навчальному закладі. Але перед тим, як щось піарити, ми маємо пам'ятати про такі моменти:

- ми піаримо не себе й не команду, а роботу команди;
- ми маємо чітко розуміти, на яку цільову аудиторію розрахований піар, урахувати всі її особливості й смаки;
- задіяти максимальну кількість інформаційних засобів, рекламуючи свою діяльність;
- пам'ятати про репутацію не тільки всієї команди, але й зокрема кожного із членів ОСС.

Найбільшою проблемою ОСС є недостатня популярність серед студентів. Причини можуть бути самими різними, але основна – це беззаперечно незадовільний рівень поінформованості студентів і, як наслідок, - низький рівень їхньої участі у громадському житті університету, міста, держави.

Проводячи піар-кампанію, треба враховувати актуальність заходів, що плануються. В останній час дуже популярними стали різноманітні флеш-моби, які також можна використовувати як інструмент піару. Головне – поєднати всі нюанси даного виду заходів з ефективною рекламою органу студ. самоврядування. Наприклад, застосувати якийсь лозунг, що асоціюватиметься з ОСС, або символіку ОСС у самому флешмобі, а після підготувати детальний звіт про флеш-моб, який відбувся, за допомогою максимальної кількості доступних для внз ЗМІ.

Не слід також забувати про різноманітні опитування та анкетування. Крім головної цілі – виявлення проблем, з якими стикається цільова аудиторія ОСС, вони також мають побічну піар-дію – студент бачить, що йому можуть допомогти у вирішенні цих проблем, захистити його права, представити його інтереси.

Іще одним необхідним інформаційним джерелом для кожного ОСС є веб-сайт. Враховуючи специфіку інформ-інтересів сучасної молоді, цей ресурс може бути чи не основним. Головне, щоб була людина, задача якої – своєчасне та систематичне оновлення інформації (анонсових та аналітичних статей, фоторепортажів тощо), а також віртуальне спілкування з відвідувачами. Популяризувати сайт можна за допомогою СМС-розсилки.

На останок слід відмітити, що якщо про нас ніхто не знає – нас не існує. Тож задача самоврядування – не тільки захист прав та інтересів і організація активного життя студентів, але й рекламування своєї діяльності з метою залучення нових кадрів до ОСС.

Вінницький національний
технічний університет
ЛЕОНОВА О.В.

НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ АКТИВІСТІВ ДО УЧАСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ