

Студенты Высшей школы посмотрели на Масленицу глазами социологов и PR-специалистов



27 студентов первого и второго года обучения по профилю «Реклама и связи с общественностью» при поддержке Центра социологических исследований ВШМиСО ГИ СПбПУ провели первые самостоятельные социологические исследования общественного мнения участников корпоративного праздника — Масленица в Политехническом.

Напомним, что традиция отмечать главное торжество масленичной недели в Политехе достаточно молода: впервые народные гуляния на кампусе прошли в 2016 году и объединили более двух тысяч петербуржцев. Тогда зрители высоко оценили выступления студенческих творческих коллективов СПбПУ и масштаб площадки, состязания институтов «Заблини к нам» и конкурс на лучшее чучело Масленицы, отметили, что встреча весны прошла громко, весело и с размахом. Спустя четыре года масштаб Масленицы в Политехническом существенно изменился и студенты нашей высшей школы при поддержке Центра социологических исследований ВШМиСО ГИ СПбПУ провели первые самостоятельные социологические исследования общественного мнения участников праздника (метод опроса — стандартизованное интервью по случайной выборке).



Студенты спросили у петербуржцев, почему россияне отмечают этот праздник. Более половины предположило, что это связано с нашей культурой, традициями, которым следуют испокон веков (64 %), и только 35 % опрошенных объяснили связь празднования с наступлением весны и проходами зимы. Интересные результаты показал вопрос о выборе места празднования именно в Политехническом университете. Почти каждый опрошенный (что составляет 96 %) отметил возможность бесплатной дегустации блинов и угощений, презентованных студентами-политехниками. Каждый второй участник отметил эмоционально приподнятую атмосферу праздника, которую усиливала интересная культурно-развлекательная программа, работа аниматоров с детской аудиторией, и, безусловно, сувениры, подаренные детям. Как отмечали гости, многие из которых приходили всей семьей, все было организовано так, что ни взрослым, ни детям не приходилось скучать. Основная аудитория праздника жители Калининского и Выборгского районов, а также выпускники или родственники студентов. Каждый седьмой участник праздника впервые стал гостем Масленицы в Политехническом, все они отметили размах студенческих спортивных, кулинарных состязаний и единство корпоративного духа мероприятия.

«Игровая модель праздника как форма ритуала и традиций наполняет студенческую жизнь смыслом приобщения к студенческой группе, профессии, университету. Именно праздник максимально обновляет ценности и напоминает о важных событиях, связанных с ними, играет роль мощного механизма передачи культурных традиций от одного поколения к другому, позволяет студентам осуществлять самоидентификацию с университетом, в том числе одну из основополагающих потребностей человека в социализации и аффилиации — в акцентировании того, что празднуют вместе именно “свои”», — считает доцент, и.о. директора ВШМиСО ГИ СПбПУ Марина Сергеевна Арканникова.

Метод включенного наблюдения показал, что все от мала до велика могли найти продукт по душе: игры, конкурсы, состязания, дегустация, мастер-классы, музыкальные концерты на улице и концерты в Белом зале. Также студенты выделили ряд характеристик этого праздника, непосредственно связанных с формированием корпоративной культуры. Среди них: трансляция ценностей бренда СПбПУ (открытость, творчество, сплоченность); установление неформального общения и налаживание коммуникаций между студентами и преподавателями; возможность отдыха и развлечения, что позволяет ощутить радость жизни, выразить благодарность и признательность.