Масленица в Политехническом глазами социологов и PR-специалистов

В этом году студенты Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью ГИ решили посмотреть на корпоративный праздник "Политехническая масленица" 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 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 проводами 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.

По материалам ВШМиСО