

2. Конференция по суверенитету Германии / <http://www.youtube.com/watch?v=JR8hABkwlA8>
3. Бернейс, Э. Пропаганда / Э. Бернейс http://propagandahistory.ru/books/E.-Berneys_Propaganda/ 3
4. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2000. – 320 с.
5. Нацистское пиво Украины / <http://flackelf.livejournal.com/256745.html>
6. Войтасик, Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик; пер. с польск. В.Н. Поруса. – М.: Прогресс, 1981. – 278 с.
7. Цуладзе, А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. – М.: Алгоритм, 2000. – 336 с.
8. Propaganda Abteilung, Propaganda (Munich: Reichs-Parteilitung der N.S.D.A.P., 1927) / <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/prop27.htm>
9. Зиновьев, А.А. На пути к сверхобществу / А.А. Зиновьев. – М.: Астрель, 2008. – 576 с.

SUMMARY

This article deals with propaganda as social, political and psychological phenomenon. The main attention (in this article) is given to its essence, structure and possibility of propaganda to change the mass consciousness. The propaganda manipulates and influences mass political behavior with the help of political myths and archetypes. The messages of political parties make fundamental elements of the formation of political mood and the interpretation of political reality performed by masses of people.

Поступила в редакцию 12.06.2013 г.

УДК 32.019.5–057.875

И.В. Домасевич,

*аспирант кафедры государственного управления социальной сферы
и белорусоведения Академии управления при Президенте Республики Беларусь*

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИДЕРОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ВУЗОВСКОЙ СРЕДЕ

Учебно-воспитательная среда вуза представляет собой динамичный, развивающийся континуум, активно влияющий на потребителей (студентов) и вносит специфический вклад в профессионально-личностное развитие студента как будущего специалиста. Кроме того, именно здесь происходит формирование резерва креативного (креативно-модернизационного) класса, рассматриваемого в качестве одного из социальных субъектов инновационной модернизации, суть которой связана с переходом к «обществу знаний», «экономики знаний», «информационной цивилизации» и т. д. Именно он по факту является основным генератором инноваций, субъектом воспроизводства человеческого капитала, держателем культурного и информационного ресурсов [1].

Студенческая молодежь представляет собой интеллектуальный, энергетический и управленческий ресурс общества, использование которого обусловлено спецификой социальной реальности. Рассматривая молодежь как группу социального наследования, мы склонны утверждать, что она не только перенимает достигнутый уровень развития общества, традиции и отношения, но и преобразует их, реализуя свой инновационный потенциал. Являясь составной частью молодежи, студенчество характеризуется рядом качественных отличий, так как оно обладает более высоким уровнем личностной и профессиональной культуры, более организовано, информировано. Данная социально-демографическая группа в большей степени, чем остальная молодежь, ориентирована на достижение высоких социальных пози-

ций в обществе. Поэтому она представляет особый интерес для исследователей, занимающихся вопросами изучения роли студенчества в реализации программ социально-экономического развития государства.

Специфика современной социальной реальности ставит перед молодежью задачи, которые требуют активного включения ее в социальные отношения, во взаимодействия с окружающими людьми и социальными институтами в различных сферах общественной жизни. Стремление к удовлетворению и реализации социальных потребностей и интересов, самостоятельному участию в жизни общества, молодежная инициатива ведут к возникновению лидерства и иных форм социальной активности. Причем мотивы социальной активности связаны с особенностями социализации молодежи, различными практиками взаимодействия с социумом, особенностями личностного и профессионального самоопределения, а также с формированием жизненных планов и стратегий.

Так как феномен лидерства тесным образом связан с процессом целенаправленного формирования общественного мнения, то для нас особый научный интерес представляет такой социальный феномен, как «лидеры общественного мнения», а именно механизм формирования молодежных лидеров общественного мнения в студенческой среде.

В течение последних 15–20 лет общество и, в частности, молодежь столкнулись со значительным прогрессом коммуникативных технологий. Развитие науки и техники, внедрение

новых форм и способов передачи данных значительно увеличили скорость информационных потоков, а также привели к интенсификации массово-коммуникативного воздействия. Молодежь оказывается неспособной вовремя получить и осознать огромные потоки информации. В молодежной среде возникает феномен «информационной перегрузки», заключающийся в том, что количество поступающей информации превосходит объективные возможности ее восприятия молодым человеком.

Следовательно, в данных условиях значительно возрастает роль лидеров общественного мнения – коммуникативных посредников на уровне межличностной и групповой коммуникации. Очевидно, что в молодежной среде существует определенная иерархия индивидов согласно уровню влияния на других людей и степени интереса к информации. Лидеры мнений активно «впитывают» информацию и, используя социально-психологические механизмы воздействия на свое окружение, «ретранслируют» ее (причем видоизменяют, интерпретируют первоначальные сообщения).

В социологическом энциклопедическом словаре дается следующее определение: «Лидер общественного мнения» (англ. opinion leader) – лидер, оказывающий существенное влияние на мнение других людей, которые обращаются к нему за информацией и советом; в теории коммуникации – человек, выступающий в качестве посредника между средствами коммуникации и собственной группой, осуществляющий выбор и интерпретацию передаваемой информации.

Деятельность лидеров общественного мнения относится к важной области воздействия на отдельного представителя социума, на его систему ценностей и жизненных смыслов, на формирование интеллектуального капитала и способности к рациональным нововведениям и инновациям. Участие в коммуникативных интеракциях качественно влияет на самосознание индивида и во многом определяет его систему ценностных и деятельностных установок. С другой стороны, меняется отношение людей к воспринимаемой информации, растет сопротивляемость убеждающему воздействию массовой коммуникации, что побуждает специалистов в области коммуникативных технологий изыскивать все новые способы воздействия.

Обратимся к анализу тех сфер, где происходит формирование молодежных лидеров общественного мнения в условиях вуза.

Так, *учебная деятельность* студенческой молодежи в последнее время связана с ре-

ализацией компетентностной модели, ориентированной на формирование высококвалифицированных специалистов нового поколения, обладающих инновационным поведением. Основными характеристиками инновационного поведения студентов вуза можно назвать такие, как гибкость и нестандартность мышления, открытость новому, целенаправленность, ориентированность на поиск новых решений и идей и устремленность на достижение успеха. Инновационное поведение студента вуза неразрывно связано со стремлением студентов к самоутверждению посредством активной творческой деятельности с целью поиска новых решений и идей в условиях инновационного образовательного процесса [2, с. 9].

Перспективы перехода Беларуси, как и многих других стран, на путь инновационного развития в решающей степени определяются состоянием информационно-коммуникационной системы, системы образования, качеством университетов, их исследовательским потенциалом, ценностью научных знаний в обществе. Базой успешной социально-экономической стратегии государств и ключевым ресурсом общества становятся знания и интеллект, информация и инновации, человеческий и интеллектуальный потенциал, формируемые главным образом через систему подготовки кадров, которая призвана обеспечивать инновационное развитие личности. Здесь может идти речь об информационной подготовке граждан к жизни и работе в инновационном обществе, направленной на настройку общественного сознания на деятельность в инновационном обществе, на стимулирование интереса к получению и применению знаний [3].

Огромную роль в данном процессе играют вузы, которые формируют тот самый человеческий инновационный ресурс, способный к инновационному мышлению и обладающий лидерскими качествами. Инновационное мышление является гармоничным комплексом высокого интеллекта, творческого потенциала (креативности), лидерских качеств, а также навыков исследовательского поведения и умений работы в команде для практической реализации инновационных идей [4]. Задача современной белорусской системы высшего профессионального образования – научить мыслить инновационно.

Компетенции представляют собой динамичное сочетание знания, понимания, навыков и способностей. Общие компетенции имеют большое значение, поскольку именно они обеспечивают формирование инновационного мышления у выпускников и, следовательно, более широкие возможности для их трудо-

устройства. В этом смысле для нас представляет интерес опыт ФГБОУ ВПО «Астраханский государственный университет», который участвует в реализации международного проекта по программе Темпус TUNING-RUSSIA («Настройка образовательных программ в российских вузах»), являющегося составной частью международного проекта «Настройка образовательных структур» («Tuning Educational Structures»), в который вовлечены более 200 вузов Европы, Латинской Америки, а также ряда стран постсоветского пространства. Суть проекта заключается в использовании инструментов Болонского процесса для согласованного представления структур и описаний программ всех уровней на основе компетентностного подхода по 9 различным областям: ИКТ, экономика и менеджмент, психолого-педагогическое образование, инженерная экология, юриспруденция, туризм, экология, иностранные языки и социальная работа.

Кроме того, в наше время в мире реализуется Всемирная инициатива CDIO («Задумай – Спроектируй – Реализуй – Управляй»), которая первоначально развивалась как международный проект по реформированию инженерного образования и преодолению существующего разрыва между теорией и практикой в подготовке будущих инженеров. В настоящее время в реализации идей CDIO в рамках своих программ приступило около 100 высших учебных заведений из 25 стран мира.

Цель Всемирной инициативы CDIO – обучение студентов, способных так овладеть глубокими практическими знаниями фундаментальных научно-технических основ, чтобы они были способны к инновациям в будущем. Выпускники университетов должны обладать инновационным мышлением во всем, чем им приходится заниматься, понимать важность и стратегическое влияние на общество исследований и научно-технологических разработок.

В рамках реализуемого проекта был осуществлен сравнительный анализ общих компетенций России, Европейских стран и США. В результате было выявлено, что в системах высшего образования (европейской, российской и американской) есть много сходного в формулировках общих компетенций и большинство этих компетенций направлены именно на формирование инновационного мышления студентов [4]. Сегодня многие авторы склоняются к тому, что идеология и стандарты подхода CDIO применимы к подготовке специалистов любого профиля.

Перестройка мышления будущего специалиста неизбежна. Практическую инициативу здесь должна проявлять высшая школа, внед-

ря комплексный подход, при котором компетенции формируются на базе научной и инновационно-практической деятельности вуза, что позволяет наращивать потенциал и качество знаний, усваиваемых студентами. В вузе формирование навыков научного исследования и инновационного поведения может происходить, в том числе, и через участие в деятельности студенческих научных клубов.

Кроме того, в учебной деятельности большую роль играют инновационные технологии, используемые в учебном процессе. Так, в Академии управления уже третий год по инициативе кафедры государственного управления социальной сферой и белорусоведения преподается учебная дисциплина «Деловой этикет и коммуникации» для студентов специальностей «Государственное управление и экономика» и «Управление информационными ресурсами». Количество учебных часов, тематика и формат учебных занятий позволяет уделить достаточно времени формированию у студентов коммуникативных навыков, опыта публичного выступления, ораторского мастерства, навыков ведения дискуссий и принятия управленческих решений. Занятия проводятся в форме деловых игр, ток-шоу, тренингов, кейс-стади, тематических дискуссий с использованием мультимедийных средств и новейших видеоматериалов.

Таким образом, формирование будущих компетентных специалистов, лидеров мнений, происходит не только в процессе их основной деятельности – учебной, но и через систему воспитательных мер, организуемых в вузе. На наш взгляд, именно внеучебная, общественная деятельность в высшем учебном заведении в большей степени создает оптимальные условия для формирования лидерских качеств молодого человека.

Характеризуя *внеучебную деятельность* студентов Академии управления, необходимо отметить тот факт, что она имеет свою специфику, связанную с подготовкой будущих управленцев, и ориентирует студентов на развитие лидерских качеств, навыков эффективного взаимодействия, подготовку к будущей профессиональной деятельности в органах государственной власти и управления.

Кроме достаточно разветвленной системы студенческого самоуправления, в Академии управления с конца 2007 г. совместно с отделом по делам молодежи Минского городского исполнительного комитета реализуется проект «Минская смена: Лидер-20...». Главная цель проекта – вовлечение студенческой молодежи вузов г. Минска в систему общественных отношений, обеспечение активного участия молодых людей в развитии общественного и эконо-

мического потенциалов Республики Беларусь, развитие своего инновационного и управленческого потенциала, развитие навыков эффективного взаимодействия и практики работы в команде.

В «Минской смене» акцент сделан на выполнении студентами-лидерами функций дублеров и консультировании последних руководителями комитетов, управлений, служб Мингорисполкома и администраций районов г. Минска по основным направлениям в процессе работы проект-команд над социальными проектами. Работа с участниками «Минской смены» предусматривает четыре этапа: подготовительный, обучающий, проектный и заключительный. На первом этапе выявляются студенты вузов г. Минска, способные принять участие в проекте. Студенты, которые успешно выполнили творческие задания и выдержали профессионально-психологическое тестирование, проходят во второй этап. Его значимой составляющей являются «лагерные сборы» социально активных студентов. Здесь они получают творческие задания для подготовки проектов по развитию города, района.

На обучающем этапе участникам проекта предлагаются такие формы занятий, которые предусматривают моделирование жизненных ситуаций, совместное решение проблем, социально-психологический тренинг, презентации программ, творческие и интеллектуальные конкурсы, мини-лекции, участие в городских и республиканских общественно значимых мероприятиях, праздниках. Заключительный этап – презентация и защита авторских и коллективных социально значимых проектов с последующей рекомендацией лучших из них к внедрению по направлениям (город, район). За время их существования было разработано более 30 значимых проектов по различным направлениям деятельности г. Минска. Создание социально значимых проектов в рамках «Минской смены» уже заняло достойное место в резюме его участников как конкурентоспособных специалистов-выпускников высших учебных заведений [5].

С учетом нынешней реальности, характеризуемой как информационное общество, кроме учебной и внеучебной деятельности целесообразно добавить еще один вид деятельности, связанный с участием студентов в глобальном виртуальном (сетевом) обществе, который рассматривается нами как один из каналов социализации и развития лидерских качеств.

Анализируя степень влияния глобального виртуального (сетевого) пространства на студенческую молодежь, помимо его негативного влияния, о котором говорят в большинстве слу-

чаев, остановимся на его положительной стороне. Все же глобальное пространство – это неотъемлемый элемент культуры XXI в., часть духовной жизни социума и личности. Студенческая молодежь сегодня активно становится потребителем и *актором (например, блогеры) в различных сетевых сообществах*, тем самым именно последние могут рассматриваться в качестве лидеров общественного мнения. Поскольку виртуальное пространство увеличивает возможности соучастия людей в разных событиях, делает достижения науки и культуры доступным для масс, расширяет пределы жизненного мира каждого индивида, то способствует повышению интеллектуального капитала личности, но при условии критического и взвешенного потребления информации.

Проведенное нами исследование позволило сделать вывод о том, что студенты в целом знакомы с феноменом «лидер мнений» и отмечают следующие его характеристики: активная жизненная позиция (87,3 %), коммуникабельность (83 %), харизматичность (80 %), авторитетность (52 %), постоянное совершенствование (50,3 %), открытость (44,2 %), широкая сеть контактов (43 %), профессионализм в определенной области (42,4 %), желание решать чужие проблемы (29,7 %).

На вопрос «Какими из перечисленных характеристик обладаете Вы?», 66,2 % опрошенных считают себя открытыми, 63,1 % – коммуникабельными, 50,6 % отметили, что занимают активную жизненную позицию, 41,2 % постоянно занимаются самосовершенствованием, 28,8 % желают решать чужие проблемы, 21,2 % имеют широкую сеть контактов, 16,2 % заинтересованы в распространении полезных советов.

По мнению опрошенных, основные функции лидера общественного мнения – фокусирование внимания общественности на наиболее значимых вопросах общественной жизни (73,9 %), согласовывание и объединение общественности на основе общей идеи (56,4 %), разъяснение и воздействие на мнение окружающих (52,1 %), участие в публичных дискуссиях по актуальным темам (36,4 %).

Отвечая на вопрос «Как, по Вашему мнению, можно распознать лидера общественного мнения?», 70,3 % респондентов отметили, что лидер мнений сам себя выделяет, демонстрируя активность и заинтересованность в распространении информации, 57 % указали на то, что у него широкая сеть контактов, он коммуникабелен, 41,8 % ответили, что лидер мнений часто выступает в СМИ и 27,3 % опрошенных склонились к тому, что чаще всего это человек, имеющий высокий социальный ста-

тус (политик, бизнесмен, общественный деятель).

Отмечая профессиональную принадлежность современного лидера общественного мнения, 75,6 % студентов указали, что это общественный деятель, 74,4 % – политик, 40,9 % – бизнесмен, 34,1 % – представитель СМИ, 26,2 % – деятель культуры и искусства, 24,4 % – директор предприятия, 22,6 % – представитель шоу-бизнеса, 21,3 – ректор вуза, 17,7 % – представитель сферы науки, 14,6 % – спортсмен.

Согласно проведенному нами исследованию, студенческая молодежь склонна прислушиваться к мнению авторитетных личностей из своего ближайшего окружения: преподаватели (55,5 %), сверстники (50 %), руководитель вуза (43,3 %).

Все же студенческая молодежь склонна выбирать лидеров мнений, опираясь на авторитет и результат их конкретных дел – 83 %, 63 % обращает внимание на личностные качества лидера мнений, 59,4 % – манеру общения с людьми, 17,6 % – на его внешние данные, манеру одеваться, обаяние.

Таким образом, студенческая молодежь отмечает наличие важной роли лидера мнений в обсуждении вопросов, представляющих социальный интерес для них как наиболее активной части населения страны и граждан в целом; склонна прислушиваться к лидерам мнений, ориентируясь на их авторитет и личностные качества. Однако в большей мере студенты доверяют мнению авторитетных личностей из числа своего ближайшего окружения (преподаватели, сверстники, руководители вуза). Полученные данные указывают на необходимость разработки стратегий сотрудничества студенческой молодежи с лидерами мнений из числа представителей их ближайшего окружения с целью организации целенаправленного формирования общественного мнения путем участия в дискуссиях по различным вопросам как внутривузовской деятельности, так и вопросам социально-экономического развития страны.

В качестве факторов, оказывающих влияние на формирование молодежных лидеров общественного мнения в студенческой среде, можно выделить следующие: интеллектуальный капитал; личностно-образовательная парадигма; навыки эффективной коммуникации; сила и интенсивность личностного влияния на сверстников (последователей); готовность к принятию ответственности за распространение информации; использование инновационных технологий в организации учебно-воспитательного процесса в вузе; организация практической реализации знаний и умений.

Формирование лидеров общественного мнения в вузовской среде происходит путем участия студентов в учебной, в том числе научной деятельности (формирование компетенций в ходе изучения учебных дисциплин, использование инновационных технологий в организации учебного процесса и т. д.), внеучебной деятельности (участие в органах студенческого самоуправления, программно-целевых мероприятиях вуза, проектах, общественных мероприятиях и т. д.) и виртуальных (сетевых) сообществах. Не исключается также факт внутреннего саморазвития личности. Молодежные лидеры мнений могут стать ведущими субъектами коммуникативных процессов, способными своим авторитетом и личностными особенностями оказывать влияние на сверстников путем ведения дискуссий, тем самым формируя обогащенное, критически взвешенное общественное мнение.

Таким образом, студенчество как наиболее образованная и информированная часть общества уже сегодня может стать лидером мнений для молодежи в целом. Следовательно, целенаправленная работа по формированию компетентных и грамотных специалистов очевидна как на уровне профессиональных знаний и умений, так и на уровне коммуникационной культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Окара, А.Н. Креативный класс как партнер государства / А.Н. Окара. – Режим доступа: http://www.ng.ru/scenario/2009-12-22/12_creative.html. – Дата доступа: 22.12.2009.
2. Образовательное пространство современного студента: монография / С.В. Лапина, Г.М. Грибов [и др.]. – Брест, 2007. – 104 с.
3. Вершинская, О.Н. Инновационное развитие личности / О.Н. Вершинская // Инновации. – 2012. – № 05 (163). – С. 94–96.
4. Лунев, А.П. Научить инновационному мышлению – задача университета / В.М. Зарипова, И.Ю. Петрова // Инновации. – 2012. – № 11 (169). – С. 62–69.
5. Морозевич, А.Н. Подготовка руководителей новой генерации на примере реализации проекта «Минска смена: Лидер-2010» / А.Н. Морозевич, М.С. Титенков // Проблемы управления. – 2010. – № 4 (37). – С. 47–51.

SUMMARY

The article analyses the innovative potential of youth leaders who form public opinion. The main directions of formation of youth leaders of public opinion in the high school environment (have are been) considered. The data of the research conducted in one of the leading higher education institutions of the Republic of Belarus (have are been) presented.

Поступила в редакцию 21.06.2013 г.