

УДК 378.1:002

## **Педагогическое моделирование процесса формирования общественного мнения о вузе при позиционировании его на рынке образовательных услуг**

**Павлов Сергей Николаевич**

Кандидат педагогических наук, доцент,  
начальник управления информации, общественных и международных связей,  
Магнитогорский государственный технический университет  
им. Г. И. Носова,  
455000, Россия, Магнитогорск, пр. Ленина, 38;  
e-mail: pavlovsenior1947@yandex.ru

### **Аннотация**

В статье рассматриваются педагогические подходы к моделированию процесса формирования компетентного общественного мнения о вузе, обеспечивающего позитивное отношение к образовательному учреждению и прямым образом оказывающего влияние на создание эффективного имиджа в условиях конкуренции на рынке образовательных услуг. Анализируются компоненты разработанной автором модели формирования общественного мнения, включающие целеполагание, организацию, оценивание, а также предложенный комплекс организационно-педагогических условий, повышающих эффективность данного процесса.

### **Ключевые слова**

Общественного мнение, педагогическое моделирование, процесс, модель, компоненты, механизмы, педагогические условия, деятельность, эффективность.

### **Введение**

Процесс трансформации российской системы высшего образова-

ния, перехода к рыночным отношениям, появляющаяся конкуренция на рынке образовательных услуг диктуют необходимость стратегически гра-

мотного позиционирования вуза в информационном пространстве.

Актуальность решения данной проблемы заключается в построении позитивного отношения к вузу ответственности на основе эффективного имиджа, который создается в процессе формирования компетентного общественного мнения о нем.

### **Зарождение общественного мнения**

Наши наблюдения показывают, что компетентное общественное мнение, как правило, само по себе стихийно не складывается: его нужно организовывать, направлять, формировать. Создание общественного мнения – это целостный двусторонний процесс, включающий в себя как формирование, так и становление общественного мнения.

Мы полагаем, что при формировании речь должна идти об управлении этим процессом, то есть о том, что делают специалисты для его организации, как управляют процессом. При становлении – как оно зарождается, развивается, укрепляется, переходит в устойчивую традицию. Выяснить процесс формирования единого мнения – это значит ответить на вопросы:

как возникает общественное мнение, какие силы участвуют в создании.

Мнение зарождается первоначально в сфере индивидуального сознания и выступает в виде впечатления, произведенного событием, фактом, поступком, действием. В зависимости от характера последнего оно вызывает соответствующую реакцию в форме реплик, высказываний, суждений, приводящих к оживленному обмену мнениями, взглядами через различные каналы общения: в студенческой аудитории, в коридорах, вестибюлях, ночных барах, на рынках и т.д. Эти процессы затрагивают уже сферу группового сознания. Затем происходит объединение мнений вокруг основных точек зрения. И здесь, с педагогической точки зрения, чрезвычайно важно, как подчеркивает А. А. Вайсбург<sup>1</sup>, под чьим влиянием происходит это объединение. Если под влиянием, например, в студенческой среде педагогов, организаторов (специалистов по связям с общественностью), то получается педагогически управляемое общественное мнение. Если же под воздействием разного рода неформальных лидеров с нелуч-

---

1 Вайсбург А. А. Формирование общественного мнения в школьном коллективе. – Йошкар-Ола, 1973. – 77 с.

шими характеристиками, то часто образуется коллективное мнение, нежелательное для тех, кто его формирует, идущее в разрез с их требованиями. Такое мнение, содержащее ложные и ошибочные тенденции, принято считать стихийным.

### **Закономерности формирования общественного мнения**

Коль скоро речь идет о формировании общественного мнения вузом, наша задача – выявить закономерности процесса формирования педагогически управляемого общественного мнения.

Нужно подчеркнуть, что, создавая общественное мнение, органы управления образовательным учреждением имеют дело не с одним человеком, а со многими людьми, то есть им необходимо повышать сознание целого коллектива или его большинства, целевых аудиторий. В противном случае не будет создано здоровое общественное мнение. Это не может быть достигнуто в момент кратковременного обсуждения, а требует длительной, кропотливой работы.

*Обсуждение эффективно тогда, когда оно является результатом*

*(зримого или незримого) оформившегося общественного мнения, его заключительной фазой, реализацией сознания в деятельности<sup>2</sup>.*

В студенческом коллективе воспитание здорового общественного мнения – сложный процесс выработки правильных оценочных суждений, их взаимодействия и объединения под руководством ректората, профессорско-преподавательского состава, студенческого профкома. Приступая к созданию общественного мнения, ректорат, другие организаторы должны: *во-первых, тщательно изучить реально существующие мнения, во-вторых, направить разъяснительную и воспитательную работу таким образом, чтобы она помогла студентам, сотрудникам, населению дать верную оценку факту, событию, поступку, правильно реагировать на сложившуюся ситуацию, в-третьих, помочь эту реакцию выразить в форме единого мнения.*

Исходя из установки, что формирование общественного мнения вузом в современных условиях – сложный процесс, слагаемыми которого являются правильный выбор целей и задач, выявление и анализ индивиду-

<sup>2</sup> Алешина И. В. Public relations для менеджеров. – М.: ЭКМОС, 2003. – 480 с.

альных мнений, система рационального планирования и прогнозирования, организация взаимодействия руководства вуза и аудитории (студенты, сотрудники, население), эффективный контроль, мы считаем, что необходима модель его формирования.

Следовательно, мы должны при построении модели использовать метод *моделирования*.

### **Моделирование процесса формирования общественного мнения**

Теоретические основы использования моделирования разрабатывались Н. Амосовым, В. Глушковым, А. Славиным, В. Штофом и др. Методические принципы осуществления педагогического моделирования в высшем, среднем и начальном образовании изучались В. Лапинским, С. Гончаренко, Н. Вашуленко, Н. Бибик, М. Бурдой, Л. Карташовой, Н. Левшиным, А. Лященко, Ю. Малеваным, О. Савченко и др.

Педагогическое моделирование деятельности по формированию общественного мнения вузом в нашем представлении охватывает моделирование субъекта деятельности, средств проблемно-содержательного

обеспечения, ее процедуры, продукта и условий. Опираясь на подходы Н. В. Бахмат<sup>3</sup>, моделирование деятельности рассматривается нами как многоуровневый процесс, выделяя при этом три основных уровня: концептуальный, технологический и педагогической реализации. На концептуальном уровне разрабатывается модель деятельности по формированию общественного мнения как система. Описываются ее компоненты и связи между ними.

На методическом уровне определяются средства, методы и приемы реализации деятельности. Конкретизируются ее компоненты: модель субъекта, средства, процедура, условия.

Уровень педагогической реализации по Н. В. Бахмат предусматривает разработку проекта на уровне сценария, который описывает действия субъектов процесса формирования общественного мнения на каждом этапе деятельности<sup>4</sup>. Наиболее полное, на наш взгляд, определение **моделиро-**

3 Бахмат Н. В. Технология педагогического моделирования в начальном образовании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.sociosphera.com/publication/conference/2010/77/tehnologiya\\_pedagogicheskogo\\_modelirovaniya\\_v\\_nachalnom\\_obrazovanii/](http://www.sociosphera.com/publication/conference/2010/77/tehnologiya_pedagogicheskogo_modelirovaniya_v_nachalnom_obrazovanii/)

4 Там же.

вания, дает Г. В. Суходольский, трактующий его «как процесс создания иерархии моделей, в которой некоторая реально существующая система моделируется в различных аспектах и различными средствами»<sup>5</sup>.

Педагогическое моделирование (создание модели) – это разработка целей (общей идеи) создания педагогических систем, процессов или ситуаций и основных путей их достижения. Основным понятием метода моделирования является модель (Н. В. Буланова-Топоркова).

**Модель** – это искусственно созданный объект в виде схемы, физических конструкций, знаковых форм, который будучи подобен исследуемому объекту (или явлению), отображает и воспроизводит в более простом и обобщенном виде структуру, свойства, взаимосвязи и отношения между элементами этого объекта<sup>6</sup>.

*«Модель в педагогическом исследовании* отражает систему элементов, воспроизводящих стороны, связи, функции, условия функциони-

рования педагогического процесса»<sup>7</sup>. Как пишет А. М. Семенова «Грамотно построенная модель обладает крайне притягательными свойством: ее изучение дает некоторые новые знания об объекте – оригинале»<sup>8</sup>. В этом аспекте, интерпретируя выше сказанное, модель формирования общественного мнения об образовательном учреждении нужна для того, чтобы: научиться управлять процессом формирования общественного мнения в вузе и определить наилучшие способы управления при заданных условиях, целях и критериях; прогнозировать прямые и косвенные последствия реализации заданных способов и форм воздействия на субъект общественного мнения с выходом на желаемый результат; основываясь на педагогических принципах, придавать технологичность педагогическому процессу формирования общественного мнения.

Управление общественным мнением, подобно социальному управлению, немислимо без информационной связи, информационного взаимодействия, т. е. без постоянного

5 Суходольский Г. В. Структурно-алгоритмический анализ и синтез деятельности. – Л.: ЛГУ, 1976. – 120 с.

6 Дуранов И. М. и др. Педагогика воспитания и развития личности учащихся. – Магнитогорск: МГПИ, 1996. – 315 с.

7 Семенова Л. М. Информационно-технологический ресурс в имиджологической подготовке специалиста по связям с общественностью // Вестник ТГПУ. – 2010. – № 4(94). – С. 98-102.

8 Там же.

обмена сведениями о различных фактах и событиях, явлениях и процессах. Социальная информация помогает общественному мнению увереннее двигаться к запрограммированной цели, эффективнее выполнять свою социальную и воспитательную роль.

В. Г. Афанасьев отмечает: «Сознательно отобранная и целеустремленная информация обладает большой убедительной силой и способна серьезным образом изменить образ мыслей, мнение каждого человека, а с ним и общественное мнение, формировать взгляды и поступки людей, соответствующие общественным требованиям»<sup>9</sup>.

Следовательно, исходя из сказанного, первый блок предлагаемой нами модели формирования общественного мнения, а он связан с **целеполаганием**, должен быть ориентирован на проведение информационной политики о деятельности вуза.

В современной педагогической литературе категории цели уделяется серьезное внимание (Б. Л. Битинса, З. И. Васильева, Г. К. Воеводская, Л. В. Звездина, Н. В. Кузьмина, В. С. Кулькевич, Б. Г. Лихачев, Г. Н. Прозуменова и др.)

<sup>9</sup> Афанасьев В. Г. Познание человеком окружающего мира. – Л., 1962. – 278 с.

Так, в работе Г. К. Воеводской утверждается, что процесс реализации целей педагогической системы осуществляется педагогом по трем этапам: осознание цели деятельности, ее реализация и полученный результат<sup>10</sup>. Заметим, что исследователями установлено, что проблема цели, средства и результата педагогического процесса неразрывно связана с проблемой педагогических умений, способностей, педагогического мастерства.

Например, рассматривая структуру и содержание комплексов умений в соответствии с основными этапами педагогического управления, Л. О. Спирин выделяет в качестве первоначального умения этап диагностики и определения целей, т. е. этап целеполагания. В этом плане важным по отношению к педагогической деятельности является утверждение А. Н. Леонтьева, который пишет: «Не умаляя значимости всех остальных, следует заметить, что одна из структурных единиц оказывается *центральной*, определяющей не только то, будет ли иметь место деятельность в отдельном случае и в зависимости от конкретного мотива, но определяет направлен-

<sup>10</sup> Воеводская Г. К. Целенаправленность в деятельности преподавателя высшей школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Л., 1974. – 20 с.



ность и реализует осуществление самой деятельности. Это и есть цель и сопутствующие ей процессы: целеобразование выступает в качестве важнейшего момента формирования той или иной деятельности субъекта»<sup>11</sup>.

Таким образом, цель является одним из важнейших системообразующих факторов, «внутренней пружиной» (М. А. Данилов), «конструктивным компонентом» (З. И. Васильева), «критерием эффективности» (В. Ломов) педагогического процесса и деятельности учителя и учащихся.

Взятая в процессуальном анализе, как подчеркивает О. П. Морозова, сама постановка цели правомерно истолковывается как особый процесс и даже деятельность<sup>12</sup>.

## Структура модели

Предлагаемая нами структурная модель информационно-технологического ресурса формирования общественного мнения органами управления вузом включает в себя следующие 3 блока: *целеполагание, организация, оценивание*. Выбор цели

нашей модели – исходная позиция, первый этап управления процессом формирования общественного мнения, его наиболее творческая часть.

Опираясь на выводы Н. Бровки, мы учитываем, что степень ясности цели и понимания определяется мерой осознания ряда частных аспектов. К их числу относят «представление об ожидаемых и фактических результатах, объективных и субъективных условиях реализации целей, их возможностей, понимания соотношения индивидуальных и общественно значимых потребностей, степени их совпадения или расхождения, а также соотношений целей с потребностями и мотивами» и др.<sup>13</sup>

В нашем случае цель, формулируемая ректоратом, другими участниками формирования общественного мнения состоит в *формировании компетентного общественного мнения* при позиционировании вуза на рынке образовательных услуг. Поскольку формирование имиджа образовательного учреждения базируется на информационном воздействии на различные целевые группы, целевое назначение нашей модели предлагается реализовать на основе решения

11 Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975. – С. 73.

12 Морозова О. П. Целеполагание в структуре профессиональной деятельности учителя. – Барнаул: БГПУ, 1998. – С. 7.

13 Бровка Н. Управление образовательными системами. – Минск, 2004. – С. 89.

ряда задач, базирующихся на информационном факторе. К их числу мы относим: *своевременное информирование населения о деятельности вуза, о реформах в сфере образования, целенаправленное и комплексное воздействие на сознание людей посредством комментариев, разъяснений или уточнений уже имеющихся индивидуальных мнений, использование в работе групповых форм информационного и воспитательного воздействия, оказание разъяснительного влияния на лидеров политических, общественных и религиозных организаций с целью достижения понимания тех или иных проблем образовательной деятельности вуза на основе теоретического сознания.*

Управление общественным мнением в PR-деятельности представляется нам как педагогический процесс, организованный на основе знаний об объекте управления. Основу таких знаний мы предлагаем заложить в сознание субъекта общественного мнения с помощью информационного компонента модели. *Информационный компонент* модели обеспечивается решением перечисленных выше задач, он призван систематизировать разнообразную информацию по проблеме имиджа вуза и обеспечить информа-

цией не только целевые аудитории, но и организаторов, занимающихся формированием общественного мнения – снабдить их необходимым так называемым дидактическим материалом. Он может, на наш взгляд, содержать данные о компонентах имиджа вуза, его миссии, корпоративной культуре, истории и инновационной деятельности в образовательном процессе, сведения о профессорско-преподавательском составе, о выпускниках и др. Усилен он может быть рисунками, схемами, таблицами, фотографиями, видеофильмами и др. К содержательному разделу такого материала необходимо отнести сведения об имиджевых характеристиках вуза.

Неотъемлемой частью нашей модели является прогнозирование и планирование. В педагогике это определяется как деятельность, направленная на оптимальный выбор идеальных и реальных целей и разработку программ их достижения. Системный подход обеспечивает сочетание перспективного прогнозирования и текущего планирования, согласованность прогнозов и планов на всех уровнях управления.

*Второй блок нашей модели, связанный с организацией процесса формирования общественного мне-*



ния, как раз предусматривает прогнозирование результатов воздействия на общественное мнение и планирование деятельности в педагогическом процессе.

Педагогический процесс мы рассматриваем как систему педагогических воздействий с образовательными и воспитательными целями, где образование предусматривает накопление знаний о предмете (Г. К. Воеводская, Н. В. Кузьмина, В. С. Кулькевич). Здесь при планировании и организации деятельности с целью воздействия на субъект общественного мнения мы должны учитывать критерии включенности различных явлений в объекты общественного мнения.

*Первый критерий* связан с интересами субъекта. В соответствии с этим критерием объектом общественного мнения могут стать лишь явления, затрагивающие интересы личности и социальной группы. *Второй критерий* связан с многозначностью явлений. В соответствии с этим критерием в объект общественного мнения могут быть включены лишь такие явления, которые имеют неоднозначное толкование. *Третий критерий* связан с компетентностью субъекта. В соответствии с этим критерием объектом

общественного мнения могут стать лишь те явления, которые доступны знанию и осмыслению людей, составляющих субъект общественного мнения.<sup>14</sup> Основываясь на названных критериях, мы сознательно включаем в содержание деятельности второго блока модели – анализ и выявление проблем и интересов потребителей образования, а также изучение компетентности субъекта – абитуриентов и студентов.

Необходимо подчеркнуть, что во всей цепочке этапов управленческого цикла по формированию общественного мнения, одинаково значимых для непрерывности и целостности управления, есть особая стадия, от которой зависит качество функционирования и развития объекта, – организационно исполнительская функция. В этом аспекте, с нашей точки зрения, важны организационные отношения между органами управления вузом и субъектами общественного мнения, которыми являются социальные группы. Организационные отношения можно определяются как связи между людьми. Методы, закладываемые в структуру организационно-

---

14 Вайсбург А. А. Формирование общественного мнения в школьном коллективе. – Йошкар-Ола, 1973. – 77 с.

исполнительской деятельности, как считает, Т. Д. Джонс, должны учитывать специфичность объекта и субъекта управления в системе взаимодействий (отношений) и разделяться по целенаправленности (прямые и опосредованные), по формам (индивидуальные и коллективные), по способам, средствам и воздействиям (моральные, материальные, дисциплинарные и др.)<sup>15</sup>.

Под специфичностью объекта мы подразумеваем различные целевые аудитории: журналисты, абитуриенты, студенты, работодатели и др.

К формам, предлагаемым моделью, мы относим проведение пресс-конференций, брифингов по актуальным проблемам деятельности вуза и др.

Поскольку с содержанием общественного мнения непосредственно связана его форма, которая проявляется в виде оценочного суждения в вербальном и невербальном выражении, в разработанной нами модели, исходя из педагогической целенаправленности на субъект (объект), имеют место вариативное сочетание методов организационно-исполнительской деятельности для оптимального до-

стижения цели формирования *компетентного* общественного мнения.

Отметим, что общественное мнение в вербальном и невербальном выражении объясняется его структурой. В структуре общественного мнения ученые выделяют три основных компонента<sup>16</sup>.

*Рациональный* – основу составляют знания об объекте. При этом особое значение имеют полнота, достоверность и точность знаний об объекте общественного мнения. В PR-деятельности нашей модели важную роль в формировании компетентного общественного мнения по отношению к базисному субъекту играет информация (информация о самой организации, ее руководстве, деятельности, продукции, внешних организационных связях).

*Эмоциональный* – основу составляют эмоциональное восприятие объекта и эмоциональные переживания, которые проявляются в коллективных (групповых) чувствах и настроениях.

*Волевой* – основу составляют общественная воля и воля личностей

15 Джонс Д. Методы проектирования. – М.: Мир, 1986. – 316 с.

16 Вайсбург А. А. Формирование общественного мнения в школьном коллективе. – Йошкар-Ола, 1973. – 77 с.; Горшков М. К. Общественное мнение: История и современность. – М., 1988. – 383 с.

входящих в субъект общественного мнения.

Заметим, что волевой компонент непосредственно связан с рациональным и эмоциональным компонентами. Рациональная и эмоциональная составляющие общественного мнения, раскрывая сущность объекта общественного мнения и производя его социальную оценку, тем самым формируют определенную волевою направленность субъекта общественного мнения по отношению к его объекту. Следовательно, формируя эту направленность общественного мнения по отношению к вузу, мы прямым образом формируем его образ и отношение к нему. В связи с тем, что, как ранее нами указывалось, общественное мнение проявляется в оценочном суждении в вербальном и невербальном выражении, виды деятельности, предлагаемые в нашей модели, предусматривают это проявление в двух формах при использовании таких публичных встреч, как «Дни ректора, на факультетах», «Дни университета в школах, на предприятиях в акционерных обществах» при активном взаимодействии ректората с различными целевыми группами в форме педагогического общения. При этом управленцами вуза должен учиты-

ваться жизненный цикл общественного мнения, который, проходит в три стадии – *возникновения и формирования, функционирования и убывания*. Поясним это. Так, стадия возникновения и формирования общественного мнения включает следующие этапы: зарождение индивидуальных мнений; обмен мнениями; кристаллизация общей точки зрения; объективизация сложившегося мнения<sup>17</sup>.

Рассматривая эти этапы в контексте указанных нами форм и видов деятельности, основанных на воздействии на целевые аудитории с помощью их комплекса, мы должны понимать, что на этапе зарождения проявляется широкий интерес множества индивидов к потенциальному объекту общественного мнения, т. е. к вузу, происходит формирование индивидуальных, заинтересованных оценочных суждений, возникает потребность выразить свою оценку, обменяться мнением с другими индивидами. И здесь в процессе общения лидеров вуза с аудиториями одной из главных педагогических задач является задача организовать педагогическое сопровождение субъекта, оказать помощь ему выразить свою оценку и дать ей характеристику.

<sup>17</sup> Там же.

На этапе обмена мнениями идет активное обсуждение проблемы, происходит столкновение мнений в виде дискуссий и споров. В ходе дискуссий идет процесс зарождения групповых мнений, выделяются свои лидеры мнений.

В этом случае педагогу (профессору, ректору, декану) важно учесть, что формирование и развитие общественного мнения осуществляются не всем коллективом (группой), а его лидерами. Поэтому целесообразно вовлечь их в диспут, который, как подчеркивают педагоги<sup>18</sup>, требует ясного и определенного взгляда на предмет спора, умения отстаивать свои доводы, доказывать неправоту «противника», прямо и открыто указывать на ошибочность взглядов, активно защищать нормы нравственности. В силу этих особенностей диспуты являются эффективным методом создания компетентного общественного мнения.

На этапе кристаллизации общей точки зрения в ходе продолжающихся дискуссий и борьбы групповых мнений происходит интеграция всех индивидов или их большинства вокруг единой точки зрения, которая сформировалась в процессе обсужде-

ния проблемы на основе совпадающих оценочных суждений.

*Механизмы и этапы формирования общественного мнения*

Основными механизмами общественного мнения являются *внушение, убеждение, заражение, подражание*. Используя эти механизмы в процессе взаимодействия с аудиториями (школьниками, студентами, преподавателями), придается технологичность процессу формирования общественного мнения, что способствует последовательному переходу к стадии функционирования сформированного общественного мнения, которая включает этап объективизации, этап активности.

На этапе объективизации происходит переход сформированного общественного мнения в пользу имиджевых компонентов вуза от отражательного состояния к преобразующему. То есть можно считать, что *технологический* компонент модели сработал. На этом этапе включается так называемый блок готовности, который, как показывает практика, характеризуется ориентацией людей на реализацию социальной оценки в актах поведения. На этапе активности наблюдаются действия субъектов общественного мнения, их участие в

18 Там же.

поддержку той или иной сформировавшейся точки зрения.

Таким образом, технологический компонент разработанной нами модели предполагает систему конкретных форм, методов, способов и процедур (Дни ректора на факультетах, Дни открытых дверей, Дни университета в школах, на предприятиях; внушение, убеждение, педагогическое общение), с помощью которых осуществляется дидактическое обеспечение педагогического процесса формирования общественного мнения о вузе при позиционировании его на рынке образования.

При этом важно не допустить, чтобы какой-либо план, пособие, оказывали бы давление на потребителя при «доставке» знаний об объекте в ходе формирования общественного мнения, навязывали ему идеологию. Педагог, ректор, декан вуза должны располагать достаточным количеством методов, средств, форм, а также разнообразным содержанием, чтобы выбрать именно то, что нужно его воспитанникам, помогать им развивать мнение, т.е. применять дидактическое творчество.

Следующий блок нашей модели *оценивание*. В него входит *контрольно-оценочный компонент*.

Он дает практическую возможность проконтролировать и оценить, насколько достигнута цель. Содержит уровни сформированности общественного мнения, критерии и показатели оценки эффективности, промежуточное и итоговое исследование общественного мнения, помогает профессорско-преподавательскому составу, руководству вуза выявлять в процессе управления общественным мнением слабые и сильные стороны, учитывать не только динамику общественного мнения, но и некоторые характеристики, отражающие его качественную определенность.

Так, *направленность общественного мнения* отражает общую качественную оценку проблемы, отношение к ней в виде суждений. *Интенсивность общественного мнения*, как подчеркивается в исследованиях, является показателем его силы, независимо от направленности<sup>19</sup>. *Стабильность общественного мнения* отражает длительность времени, на протяжении которого неизменно проявляется одна и та же направленность, интенсивность чувств. *Информационная насыщенность общественного мнения* указывает на объем знаний об объекте мнения, которым владеют

<sup>19</sup> Там же.

люди. *Социальная поддержка общественного мнения* свидетельствует о степени удовлетворении людей в том, что их мнения разделяют другие, принадлежащие к данной социальной среде. (А. И. Уледов, М. К. Горшков В. С. Коробейников)

Следовательно, данные характеристики общественного мнения важно учитывать в процессе управления им. Управление общественным мнением включает в свое содержание его изучение и формирование. В разработанной нами модели изучение осуществляется с помощью анкетных опросов, изучения писем, обращений студентов, родителей, абитуриентов, в целом населения, путем встреч с целевыми аудиториями на различных мероприятиях. Особо эффективным, на наш взгляд, способом изучения общественного мнения является взаимодействие с общественным консультативным советом, созданным из лидеров политических партий, общественных и религиозных организаций при ректоре вуза, несущих информацию из различных стран. В месте с тем, данное взаимодействие, как мы убедились в ходе эксперимента, позволяет и активно влиять с помощью членов совета на изменение установок субъектов через лидеров обще-

ственных, политических и религиозных организаций.

Суть *контрольно-оценочного компонента* заключается в социальном исследовании общественного мнения, задача которого состоит в выяснении установок и мнений людей по поводу определенных объектов.

Возвращаясь к установкам, отметим, что применительно к общественному мнению установка является устойчивой склонностью людей определенным образом воспринимать объект, проблему. Как утверждается в исследованиях, установка выражает внутреннюю позицию человека, его взгляды, ценности, ориентиры по отношению к событиям, фактам, людям, идеям.

В процессе формирования общественного мнения в пользу ключевых компонентов имиджа вуза в нашей модели мы учитываем два взаимосвязанных явления, имеющих отношение к индивидуальным установкам, исходящим от профессорско-преподавательского состава. Это ориентация и коориентация. С методической точки зрения, важным мы считаем это потому, что индивидуальные ориентации содержат в себе восприятие индивидом проблем или объектов в определенных обстоятель-



ствах. Когда же ориентации двух и более индивидов направлены как на одни и те же проблемы или объекты, так и друг на друга, то эти индивиды пребывают в состоянии «коориентации». Коориентация предусматривает внутриличностные и межличностные аспекты коммуникативных действий. Внутриличностный аспект предполагает совпадение точек зрения участвующих в коммуникативном процессе людей по какому-либо вопросу. В межличностном аспекте коммуникации коориентация предполагает точность в понимании позиции друг друга по отношению к рассматриваемой проблеме. (Е. Л. Доценко, В. п. Конецкая, Г. Г. Почепцов)

В процессе влияния на установки в контексте управления формированием общественного мнения о вузе важно учитывать направленность установок. По этому признаку различают установки трех видов: *положительные, отрицательные, нейтральные* (отсутствие установки)<sup>20</sup>. Конструируя рассматриваемую нами модель, мы принимали во внимание то, что в основе понимания механиз-

мов взаимодействия с людьми с различными установками в процессе формирования общественного мнения лежит теория когнитивного диссонанса, разработанная Л. Фестингером. Из теории когнитивного диссонанса следует, что в процессе формирования общественного мнения легче повлиять на людей с неопределенными установками. Основными направлениями влияния на установки людей является мотивированная коммуникация. В основе мотивации как совокупности мотивов, побуждающих к достижению цели, прежде всего, лежат потребности личности. Следует заметить, что изменение установки людей предполагает не только мотивацию, но и соблюдение определенных правил. В качестве примера некоторых из них, описываемых в литературе, которые можно применить в представленной нами модели, приведем следующие: не использовать графические символы до тех пор, пока нет уверенности в том, что они не спровоцируют непредсказуемую реакцию; не зазывать людей к себе, а самому идти к ним; не думать, что для изменения поведения, мнения необходимо менять установку; использовать моральные доказательства как вспомогательное средства, а не как главный аргумент.

20 Беликов В. А., Савинков Л. А. Образование: проблемно-ориентированный анализ на основе деятельностного подхода. – Магнитогорск: МаГУ, 2004. – С. 87-88.

В процессе создания модели формирования общественного мнения мы учитывали современные технологии воздействия, которые появились в информационном обществе и получили название мета технологии. Их базу составляют современные информационные технологии, основанные на применении компьютерной техники и телекоммуникаций. Обе эти составляющие включает компьютерная сеть Интернет.

### **Организационно-педагогические условия формирования общественного мнения**

Необходимо отметить, что любая модель педагогической системы может быть реализована в практике лишь при наличии определенных условий.

Педагогический подход к разработке модели формирования общественного мнения органами управления вузом привел нас к необходимости выявления и разработки организационно-педагогических условий повышения эффективности формирования общественного мнения о высшем образовательном учреждении.

В отношении формирования общественного мнения о вузе речь должна идти об условиях осуществления деятельности органов управления образовательным учреждением, направленных на повышение его эффективности. Следует констатировать, что практически все определения условий, включая педагогических, трактуют их как совокупность обстоятельств, объектов, мер, необходимых для эффективного осуществления исследуемого процесса<sup>21</sup>. Таким образом, под педагогическими условиями понимается совокупность объективных возможностей содержания, форм, методов и материально-пространственной среды, направленных на решение поставленных в педагогике задач. (А. И. Андреев, А. Я. Найн, И. Т. Фролов)

Заметим, что особенности предмета нашего исследования – формирование общественного мнения органами управления вузом в контексте формирования имиджа – ставят вопрос об организационной стороне процесса его функционирования и развития. Это связано с тем, что организация и выполнение профессиональной деятельности во многом зависит от эффективности работы проректоров, деканов, руководителей других

<sup>21</sup> Там же.

подразделений вуза, эффективности управления их деятельностью, от качества организации процесса формирования общественного мнения и от профессиональной подготовки его участников. В этой связи мы вынуждены рассматривать организационно-педагогические условия решения поставленной проблемы.

Под **организационно-педагогическими условиями** в таком случае мы будем понимать совокупность объективных возможностей содержания обучения и воспитания потребителей информации, методов, организационных форм и материальных возможностей, а также такие обстоятельства взаимодействия органов управления вузом и субъектов информации, которые являются результатом целенаправленного, планируемого отбора, конструирования и применения элементов содержания, методов (приемов) для достижения цели эффективного формирования общественного мнения.

Анализ теоретических источников показывает, что вопросу выделения условий формирования общественного мнения в исследовательской практике почти не уделяется внимание. А имеющиеся разработки осуществлены без учета педагогических

условий. Их авторы, выделяя условия, охватывают лишь часть аспектов, от которых зависит процесс формирования общественного мнения.

В целом мы их принимаем. Так, без наличия интересов и потребностей, обуславливающих появление коллективных суждений (А. И. Уледов), невозможен процесс вовлечения субъектов общественного мнения в обсуждение каких-либо проблем. Мы также полностью принимаем условия В. С. Коробейникова о необходимости обмена информацией, общения для обсуждения фактов, событий, явлений, представляющих общественный интерес. Более того, в силу специфики нашего исследования, мы считаем, что общение должно строиться в целевых аудиториях на педагогической основе, то есть быть педагогическим. А в этом случае, чтобы оно было продуктивным, необходимо, чтобы руководитель вуза обладал высоким уровнем готовности к общению, то есть обладал соответствующими педагогическими навыками и умениями. Такие условия ранее не выделялись и не анализировались и нами выделены впервые.

Особо важным, на наш взгляд, является условие (И. С. Марьевский, М. К. Горшков, В. А. Полторак и др.), связанное с отсутствием общей пози-

ции у субъектов по отношению к объекту общественного мнения, свободой суждения. Именно это обстоятельство способствует возникновению дискуссий, столкновению мнений, что крайне важно в условиях демократизации процессов управления вузом. Однако эти условия лишь указываются, но ведь надо создавать каналы, для выявления иных мнений, другой позиции, причем, систематически, но кто будет этим заниматься на постоянной основе, вопрос остается открытым. Вот на этом основании нами в качестве условия названо наличие в системе управления вузом организационной структуры, которая должна обеспечивать условия для высказывания иных точек зрения, обмена информацией, обеспечивать наличие каналов и условий для обмена мнениями, воздействия на ошибочные мнения и которая могла бы эффективно использовать свои властные основания. То есть, разделяя данную позицию приведенных выше авторов, выработанную в науке, мы ее развиваем, углубляя, ставим на системную основу. Более того, мы дополняем выделенные ранее условия таким условием, как интерпретация информационного материала в качестве специфического моделирования действительности, считая, что обоб-

щенный, интерпретированный и полученный из практики материал можно использовать для наиболее эффективного воздействия на формирование общественного мнения.

Разрабатывая организационно-педагогические условия, мы пришли к выводу о том, что невозможно решить проблему путем реализации одного какого-либо условия. Сложность образовательной деятельности, сложность задач повышения конкурентоспособности вуза, необходимость формирования его эффективно-го имиджа с помощью формирования компетентного общественного мнения о нем предопределяют выделение организационно-педагогических условий.

При определении комплекса организационно-педагогических условий, как указывают исследователи<sup>22</sup>, должны учитываться основные компоненты предмета, состав окружающей среды, особенности отношений предмета с окружающей средой, реализуемые виды деятельности. Комплекс условий эффективности профессиональной деятельности по формированию общественного мнения, как мы установили, невозможно выделить без учета влияния комплек-

<sup>22</sup> Там же. С. 90.

са качеств личности, обеспечивающей ее профессиональную активность. С учетом этого посыла мы в комплекс условий ввели соответствующее этому требованию следующее условие: «соответствие модели личностно-деловых качеств руководителя вуза первичной презентации имиджа в ходе реализации наказов коллектива, высказанных при избрании на должность ректора».

### Заключение

Таким образом, теоретическим и экспериментальным путем мы расширили комплекс необходимых условий теми организационно-педагогическими условиями, от которых зависит максимально полное решение исследуемой проблемы. Эти условия, как показал эксперимент, могут быть определены уже как достаточные для решения выбранной нами проблемы исследования, так как те условия, которые выделялись, рассматривались в отношении исследуемого предмета ранее, не обеспечивали решение поставленной проблемы. Их было недостаточно.

Таким образом, именно разработанные нами условия, их комплекс обеспечивают: во-первых, новизну

исследования, во-вторых, доказывают, что исследование педагогических условий повышения эффективности решения проблемы формирования общественного мнения о вузе является объективной научной потребностью.

На основании вышеизложенных положений, анализа, собственного опыта и наблюдений, нами разработан следующий комплекс организационно-педагогических условий формирования общественного мнения высшим образовательным учреждением, касающийся как внутренней, так и внешней среды.

**Таблица 1. Комплекс организационно-педагогических условий**

1.	<i>Высокий уровень готовности руководителя вуза к продуктивному общению при организации публичных встреч.</i>
2.	<i>Наличие в системе управления вузом организационной структуры, занимающейся формированием общественного мнения и эффективно использующей властные основания.</i>
3.	<i>Специфическое моделирование действительности при передаче информации населению в системе местного самоуправления.</i>
4.	<i>Соответствие модели личностно-деловых качеств руководителя вуза первичной презентации имиджа в ходе реализации наказов коллектива, высказанных при избрании на должность ректора.</i>

Комплекс этих условий включен в разработанную нами модель



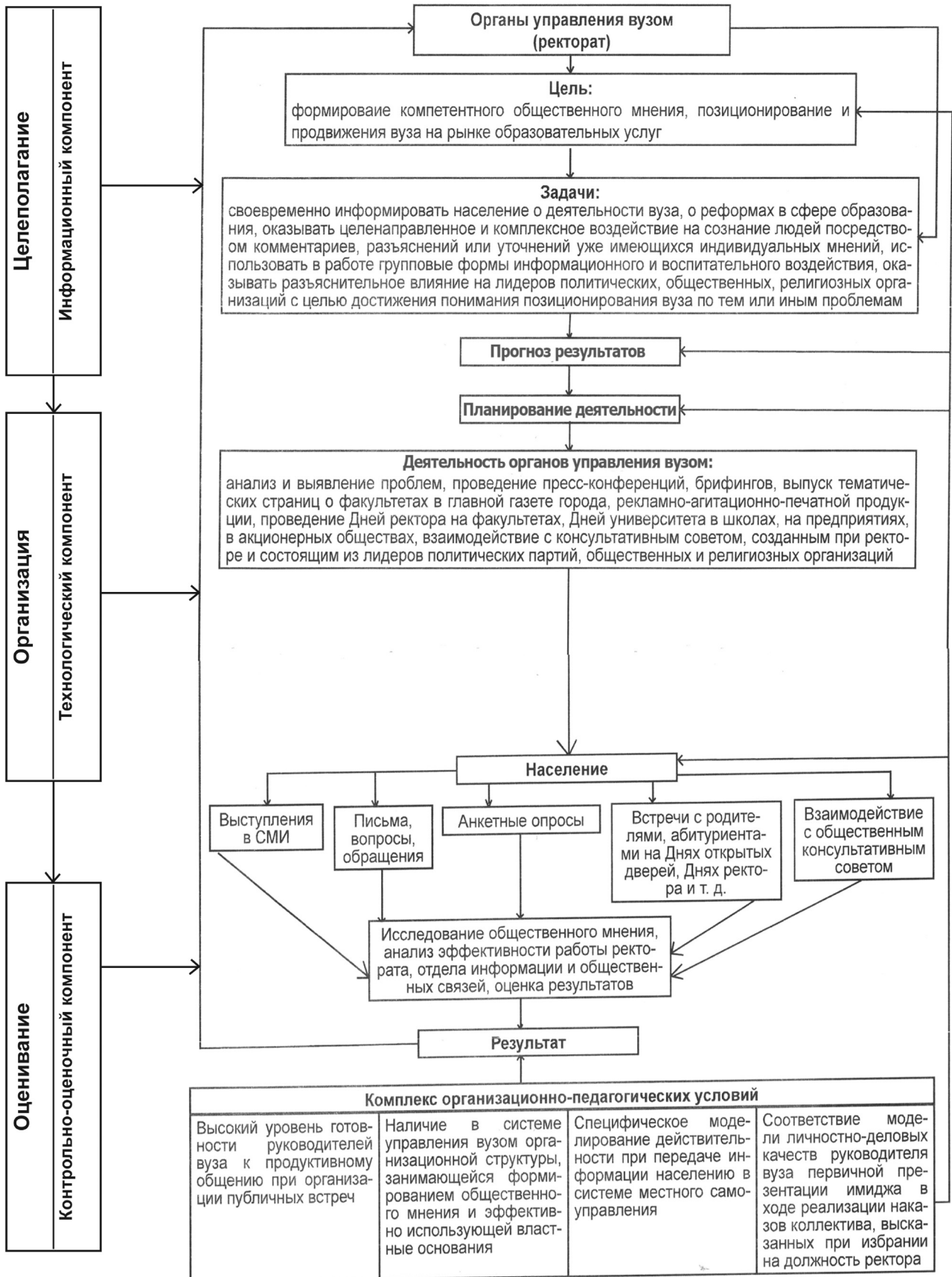


Рис. 1. Структурно-логическая модель формирования общественного мнения органами управления вузом.



(рис 1), использование которой обеспечивает эффективное формирование общественного мнения о вузе органами его управления.

### Библиография

1. Алешина И. В. Public relations для менеджеров. – М.: ЭКМОС, 2003. – 480 с.
2. Афанасьев В. Г. Познание человеком окружающего мира. – Л., 1962. – 278 с.
3. Бахмат Н. В. Технология педагогического моделирования в начальном образовании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.sociosphera.com/publication/conference/2010/77/tehnologiya\\_pedagogicheskogo\\_modelirovaniya\\_v\\_nachalnom\\_obrazovanii/](http://www.sociosphera.com/publication/conference/2010/77/tehnologiya_pedagogicheskogo_modelirovaniya_v_nachalnom_obrazovanii/)
4. Беликов В. А., Савинков Л. А. Образование: проблемно-ориентированный анализ на основе деятельностного подхода. – Магнитогорск: МаГУ, 2004. – 116 с.
5. Бровка Н. Управление образовательными системами. – Минск, 2004. – 273 с.
6. Вайсбург А. А. Формирование общественного мнения в школьном коллективе. – Йошкар-Ола, 1973. – 77 с.
7. Воеводская Г. К. Целенаправленность в деятельности преподавателя высшей школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Л., 1974. – 20 с.
8. Горшков М. К. Общественное мнение: История и современность. – М., 1988. – 383 с.
9. Джонс Д. Методы проектирования. – М.: Мир, 1986. – 316 с.
10. Дуранов И. М. и др. Педагогика воспитания и развития личности учащихся. – Магнитогорск: МГПИ, 1996. – 315 с.
11. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975. – 304 с.
12. Морозова О. П. Целеполагание в структуре профессиональной деятельности учителя. – Барнаул: БГПУ, 1998. – 64 с.
13. Семенова Л. М. Информационно-технологический ресурс в имидже-логической подготовке специалиста по связям с общественностью // Вестник ТГПУ. – 2010. – № 4(94). – С. 98-102.
14. Суходольский Г. В. Структурно-алгоритмический анализ и синтез деятельности. – Л.: ЛГУ, 1976. – 120 с.

## **Pedagogical modeling of public opinion formation process about the higher educational institution in the process of its positioning at the market of educational services**

**Pavlov Sergei Nikolaevich**

PhD (Pedagogical Sciences), associate professor,  
head of information, public and international relations,  
Magnitogorsk State Technical University named after G. I. Nosov,  
P.O. Box 455000, Lenina ave., No. 38, Magnitogorsk, Russia;  
e-mail: pavlovsenior1947@yandex.ru

### **Abstract**

The article deals with pedagogical approaches to the modeling of the competent opinion formation about the institution, providing a positive attitude to the educational institution and influences on the creation of an effective image in terms of competition at the market of educational services. The components of the model of public opinion formation are analyzed, they include goal setting, organization, evaluation, as well as proposed set of organizational and pedagogical terms that increase the efficiency of the process.

Stages of reproduction, informing and functioning of public opinion in the context of chosen mechanisms, forms, methods, and activities which are based on the impact of the target audience are described in details.

The description of the orientation, intensity, stability, information richness (saturation), social support of the public opinion is given from the point of criteria assessment of the qualitative state of the university supervision. It allows managers to influence people's minds more effectively in favor of image-building university components.

### **Keywords**

Public opinion, pedagogical modeling, process, model, components, mechanisms, pedagogical terms, activity, effectiveness.

## References

1. Afanas'ev, V. G. (1962), *Human knowledge of the world* [*Poznanie chelovekom okruzhayushchego mira*], Leningrad, 278 p.
2. Aleshina, I. V. (2003), *Public relations for managers* [*Public relations dlya menedzhеров*], EKSMO, Moscow, 480 p.
3. Bakhmat, N. V., "Pedagogical modeling technology in primary education" ["Tehnologiya pedagogicheskogo modelirovaniya v nachal'nom obrazovanii"], available at: [www.sociosfera.com/publication/conference/2010/77/tehnologiya\\_pedagogicheskogo\\_modelirovaniya\\_v\\_nachalnom\\_obrazovanii/](http://www.sociosfera.com/publication/conference/2010/77/tehnologiya_pedagogicheskogo_modelirovaniya_v_nachalnom_obrazovanii/)
4. Belikov, V. A., Savinkov, L. A. (2004), *Education: problem-oriented analysis based on the pragmatist approach* [*Obrazovanie: problemno-orientirovannyi analiz na osnove deyatel'nostnogo podkhoda*], MaGU, Magnitogorsk, 116 p.
5. Brovka, N. (2004), *Management of educational systems* [*Upravlenie obrazovatel'nymi sistemami*], Minsk, 273 p.
6. Duranov, I. M. (1996), *Pedagogy of education and personal development of students* [*Pedagogika vospitaniya i razvitiya lichnosti uchashchikhsya*], MGPI, Magnitogorsk, 315 p.
7. Gorshkov, M. K. (1988), *Public opinion: Past and Present* [*Obshchestvennoe mnenie: Istoriya i sovremennost'*], Moscow, 383 p.
8. Jones, D. (1986), *Design methods* [*Metody proektirovaniya*], Mir, Moscow, 316 p.
9. Leont'ev, A. N. (1975), *Activity. Consciousness. Personality* [*Deyatel'nost'. Soznanie. Lichnost'*], Moscow, 304 p.
10. Morozova, O. P. (1998), *Targeting in the structure of teacher's professional activity* [*Tselepolaganie v strukture professional'noi deyatel'nosti uchitelya*], BGPU, Barnaul, 64 p.
11. Semenova, L. M. (2010), "Information technology resource in image training of public relations specialist" ["Informatsionno-tehnologicheskii resurs v imidzhologicheskoi podgotovke spetsialista po svyazyam s obshchestvennost'yu"], *Vestnik TGPU*, No. 4(94), pp. 98-102.
12. Sukhodol'skii, G. V. (1976), *Structural and algorithmic analysis and synthesis of activity* [*Strukturno-algoritmicheskii analiz i sintez deyatel'nosti*], LGU, Leningrad, 120 p.

13. Vaisburg, A. A. (1973), *The formation of public opinion in the school community* [*Formirovanie obshchestvennogo mneniya v shkol'nom kollektive*], Ioshkar Ola, 77 p.
14. Voevodskaya, G. K. (1974), *Teacher's purposive nature in higher education: Author's thesis* [*Tselenapravlennost' v deyatel'nosti prepodavatelya vysshei shkoly: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk*], Leningrad, 20 p.