

стоят достижения ценности, качество, строгая дисциплина, работа предназначена для жизни, т.е. в немецкой нации больше тенденций, свидетельствующих о маскулинной культуре. У русских – жизнь для работы. Ценится не столько качество, сколько масштаб. Характерно использование рабочего времени в личных целях. Преобладают долг и семейные ценности, т.е. Россия скорее относится к культурам феминного типа;

5) различия мотивации в учебной деятельности также обусловлены различиями образовательных систем. Вариативность подготовки специалистов обусловлена по российским стандартам введением ряда специальных дисциплин, а для Германии ха-

рактерно введение выборочных (элективных) курсов. В Германии, в отличие от России, главным принципом высшего образования является академическая свобода: в вузах свободное посещение занятий, студенты сами организуют свое время. Более того, вузы предлагают несколько видов комбинаций учебных предметов по каждой академической дисциплине. Таким образом, у студентов есть возможность выбора, и на основе этого они составляют индивидуальный план, что, несомненно, способствует повышению такого интринсивного мотива, как интерес. В России студентам тоже предлагают курсы по выбору, но для программы российских вузов характерна жесткая регламентация.

Примечания

¹ См.: Добренькова Е.В. Проблемы вхождения России в Болонский процесс // Социс. 2007. №6. С.102–106.

² См.: Там же.

³ Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии. М., 2000. С. 122.

⁴ См.: Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. СПб., 2008. С. 321.

⁵ Маслоу А.Г. Мотивация и личность. СПб., 1999. С. 221.

⁶ Ильин Е.П. Указ. соч. С. 257.

⁷ Чирков В.И. Мотивация учебной деятельности. Ярославль, 1991. С 27.

⁸ Studenten in Deutschland. Was sie bewegt. Wohin sie wollen // <http://www.iwi-hannover.de/cms/images/stories/studie.pdf>

⁹ Umfrage: Familie für Studenten am wichtigsten // Berliner Morgenpost. 2008. 6 aug. // http://www.morgenpost.de/printarchiv/wissen/article765322/Familie_fuer_Studenten_am_wichtigsten.html

¹⁰ Jacoby A. Studieren probieren? Keine Zeit // Frankfurter Allgemeine. 2006. 30 okt. // <http://www.faz.net>

УДК 316.16

А.Б. БАРХАЕВ

Московский гуманитарно-экономический институт
E-mail: pr-agent@mail.ru

Социально-психологические предпосылки вовлечения студенческой молодежи в волонтерскую деятельность

Процесс вовлечения молодежи в волонтерскую деятельность рассматривается как технология социального влияния в интересах построения инновационных организационных структур – волонтерских общностей, направленных, в конечном счете, на утверждение в общественном мнении новых социальных ценностей и норм – гуманизма и альтруизма. Выделены особенности данного вида работы по отношению к студенческой молодежи. Предложены пути повышения эффективности процесса вовлечения за счет целенаправленного информационного воздействия.

Ключевые слова: волонтерская деятельность, волонтерский имидж, мобилизационная привлекательность, волонтерская общность, актуализация реального опыта.

A. B. BARHAEV

Social-psychological Preconditions of Involving of Student's Youth in Volunteering Activity

Process of involving of youth in charity activity is considered as technology of social influence in interests of construction of innovative organizational structures – volunteering generality, directed, finally, on the statement in public opinion of new social values and norms – humanism and altruism. Features of the given kind of work in relation to student's youth are allocated. Ways of increase of efficiency of process of involving are offered due to purposeful information influence.

Key words: volunteering activity, voluntary image, mobilization appeal, voluntary generality, actualization of real experience.

Волонтерство как общественная практика реализуется в виде неоплачиваемой, сознательной, добровольной деятельности на благо других. На современном этапе волонтерство является одной из основных форм проявления социальной активности граждан во всем мире. Так, по оценкам экспертов¹, сегодня в Канаде в добровольческую деятельность вовлечено 35% населения, в Великобритании – 33%. О значимости добровольчества в современных условиях говорит и тот факт, что в соответствии с решением Генеральной ассамблеи ООН, 2001 г. был объявлен Международным годом волонтеров.

В России этот показатель вовлечения граждан в добровольческую деятельность пока не превышает 9%. По словам министра по делам спорта, туризма и молодежной политики В.Л. Мутко, в 2008 г. в добровольческую деятельность на постоянной основе были вовлечены около 2 млн молодых людей и еще около 7 млн были заняты частично. Вместе с тем имеется множество социально значимых задач, реализация которых напрямую связана с развертыванием в нашей стране волонтерского движения. В частности, только для работы на зимней Олимпиаде-2014 в Сочи планируется привлечь более 75 тыс. волонтеров². Кроме того, актуальным является использование добровольческого труда в таких сферах деятельности, как охрана окружающей среды, поддержка социально незащищенных граждан, борьба с социальными отклонениями среди молодежи и др.

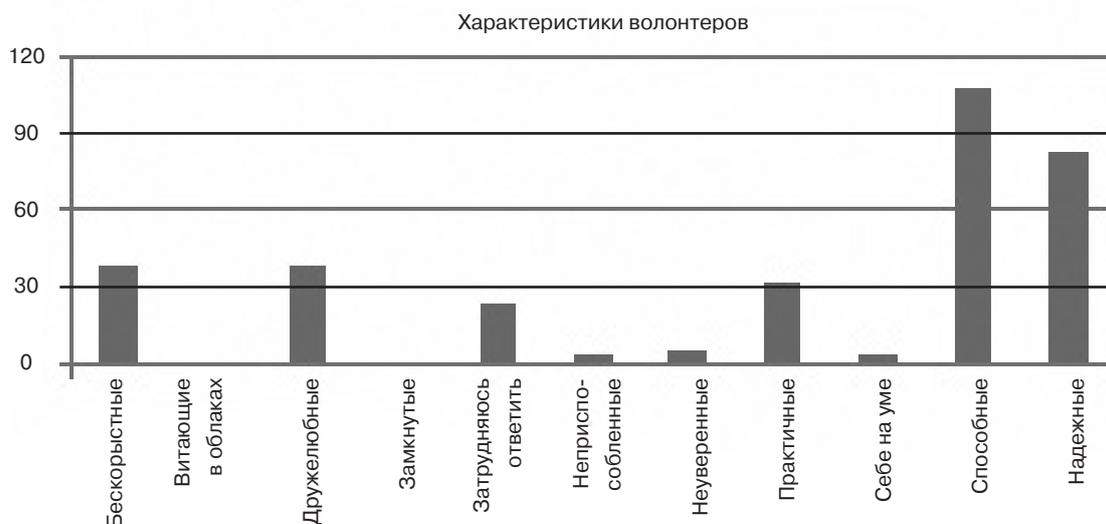
В 2006 г. постановлением Правительства был принят документ, в котором были определены основные направления государственной молодежной политики на период до 2016 г.³. Одним из приоритетов данной деятельности названо системное вовлечение молодежи в общественную жизнь и развитие у нее навыков самостоятельной жизнедеятельности, а также формирование культуры применения созданных в стране возможностей для личностного и общественного развития. Данное направление деятельности получило свою конкретизацию в рамках одного из четырех предусмотренных постановлением к реализации проектов под названием «Доброволец России». В его рамках предусмотрено «формирование механизмов *вовлечения молодых людей в многообразную общественную деятельность* (курсив наш. – А.Б.), направленную на улучшение качества жизни молодых россиян; развитие и поддержка молодежных

инициатив, направленных на организацию добровольческого труда молодежи».

Объектом воздействия таких «механизмов вовлечения» выступают определенные группы граждан, наиболее приверженные идеям общественно полезной деятельности. С точки зрения социологии труда, эта группа может быть определена как «трудовой потенциал волонтерства». По мнению Л.А. Кудринской, структура данного потенциала включает три составляющие: демографическую (доля населения, охваченная добровольчеством, показатели пола, возраста, территории), статусно-профессиональную (показатели профессии, образования, социального статуса и дохода) и социально-психологическую (структура личности волонтеров – система ценностей, личностные качества)⁴. Согласно полученным ею данным, в развитых странах в добровольчестве участвуют все группы населения, тогда как в России это, прежде всего, студенты очной формы обучения, чаще – женщины. По статусно-профессиональному признаку в развитых странах участие в волонтерстве положительно коррелирует с уровнем доходов, уровнем образования, статуса. В России – это чаще всего молодые люди с гуманитарной профессией. Для личностной структуры волонтера характерны социальная ответственность, социальная активность, альтруизм, убежденность в полезности своего труда и др. Эти качества были выявлены на основе результатов западных исследований, но они находят определенное подтверждение при исследовании отечественной практики волонтерства.

Основным социально-психологическим средством осуществления «механизма вовлечения» выступает имидж каждой заинтересованной в вовлечении волонтеров общественной организации. Как любое средство социального влияния, имидж выполняет посредническую роль между субъектом имиджа (в данном случае – общественной организацией) и аудиторией имиджа (в данном случае – лицами, симпатизирующими организации). Соответственно, с одной стороны, имидж – это определенный продукт информационной деятельности субъекта, обладающий определенными чертами и свойствами. С другой стороны, имидж – фрагмент социально-психологической характеристики той аудитории, которая эту информацию воспринимает.

Своеобразным итогом такого информационного воздействия общественных органи-



Представления студентов об основных характеристиках волонтеров

заций является убеждение симпатизирующих лиц в социальной значимости выдвигаемых этой организацией проектов и программ. Следуя такому общему представлению, потенциальный доброволец осуществляет поиск конкретных точек приложения своих сил. В этом ему призваны помочь волонтерские центры, клубы и другие объединения, которые в данном случае представляют интересы благополучателя. В ходе работы происходит побуждение симпатизирующих лиц к осуществлению добровольческой общественно полезной деятельности в интересах конкретных благополучателей. Конечным ее итогом можно считать принятие потенциальным добровольцем решения заниматься деятельностью, реализуемой в интересах конкретной целевой программы или проекта.

Для оценки данного аспекта – вовлечения студентов в волонтерское движение – была разработана методика оценки степени информационной активности общественных организаций. В исследовании, проведенном в 2008 г., приняли участие студенты ряда вузов Владивостока (Дальневосточный государственный университет и Морской государственный университет им. адмирала Г.И. Невельского) и Москвы (Военный университет Министерства обороны [ВУ МО], Московский гуманитарно-экономический институт [МГЭИ] и Московский государственный университет инженерной экологии [МГУИЭ]).

Всего было опрошено 478 студентов, из полученных анкет было обработано 345, которые распределились следующим образом: на ДВГУ, МГЭИ и ВУ МО пришлось по 70 ан-

кет, на МГУ им. адмирала Г.И. Невельского и МГУИЭ – 115 и 20 соответственно. Ответили на вопросы 109 юношей и 236 девушек. При этом численность студентов из Владивостока составила 185 человек, а студентов из Москвы – 160. Таково же количество курсантов военных вузов (ВУ МО и МГУ им. адмирала Г.И. Невельского) и студентов. Состоящих в браке – 10 человек. 170 человек со средним образованием, остальные (175) с неполным высшим образованием. Большинство опрошенных (265 человек) в возрасте до 20 лет, остальные (80) старше 20 лет.

Одной из задач исследования было выявление тех представлений, которые студенты связывают с понятием «волонтер». Для этого им было предложено дать ответ на развернутый вопрос: «Какие из перечисленных определений характеризуют волонтеров наиболее точно». При этом респонденты могли выбрать любые три ответа из приведенных в анкете 11 вариантов (рисунок).

Наибольший показатель – 31,3% от общего числа опрошенных получила характеристика «способные», затем следует оценка «надежные» – 24,3%. Характеристики «дружелюбные» и «бескорыстные» получили по 11,3% от общего числа опрошенных. Это свидетельствует о том, что среди данных групп молодежи довольно слабо развито представление о сущности волонтерского движения, так как требование оплаты труда противоречит самому понятию волонтерства как добровольческой активности, которая не предполагает материального вознаграждения.

Готовность к непосредственному участию в волонтерской деятельности мы попытались соотнести с реальным членством в той или иной общественной организации. При этом мы исходили из того, что сам факт пребывания в рамках определенной общественной организации определенным образом влияет на отношение к идеям и практике волонтерского движения (таблица).

На основании приведенных данных (см. таблицу) можно сделать вывод о том, что лица, которые являются членами общественных организаций, в своем большинстве (83,6%) положительно относятся к добровольческой деятельности. Немногим менее (74,7%) показатель положительного отношения к добровольческой деятельности среди студенческой молодежи, которая не состоит в общественной организации. Это позволяет сделать предположение, что волонтерское движение имеет достаточно большую аудиторию симпатизирующих. В дальнейшем именно их, в первую очередь, необходимо привлекать к волонтерской деятельности.

Стоит отметить, что отрицательное отношение к волонтерской деятельности проявилось только 1,8% в первой группе и 3% во второй от общего числа опрошенных. Затруднились с ответом 14,5% и 22% соответственно. Эти данные указывают, что общественным организациям и волонтерским сообществам в целом стоит уделять большее внимание информированию и продвижению своих идей в массы студенчества.

Непосредственная реализация добровольческой деятельности, как правило, осуществляется в рамках определенной

общности – волонтерского клуба, волонтерского лагеря, т.е. объединения, созданного для совместного труда. Процесс создания и функционирования подобных волонтерских общностей представляет собой достаточно своеобразный социально-психологический процесс внутригрупповой регуляции поведенческих проявлений добровольческой активности средствами самоуправления. Ведущую роль в нем играют процессы самореализации и самоуправления.

Волонтерский клуб может быть создан двумя путями. Во-первых, по инициативе определенной группы активистов (например, Клуб волонтеров, созданный в Москве для помощи детям из детских домов), которая собирается для проведения каких-либо волонтерских акций или мероприятий. Для этого в группе создается определенная структура, назначаются ответственные за те или иные направления работы. Во-вторых, волонтерский клуб может возникнуть при общественной организации, государственной службе или благотворительном фонде. Такой клуб создается либо для реализации волонтерских программ данной организации (например, программа «Доброволец ЦАО», которая реализуется во всех районах Центрального административного округа Москвы), либо как образовательный ресурс, клуб по интересам, место, где волонтеры могут просто собраться и сами реализовать свой волонтерский потенциал (например, волонтерский клуб «Среда добровольцев» в Москве).

Социально-психологические аспекты возникновения, функционирования и развития такой общности как клуб остаются мало-

Сравнительный анализ отношения к добровольческой деятельности со стороны членов общественных организаций и симпатизирующих им

Респонденты	Являетесь ли Вы в данный момент членом общественной организации, человек		Как Вы относитесь к участию в акциях добровольцев, %		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Отрицательно	Положительно
Члены общественных организаций:					
женщины	44	–	5,4	1,8	72,7
мужчины	11	–	9,1	–	10,9
Всего	55	–	14,5	1,8	83,6
Не состоящие в общественных организациях:					
женщины	–	192	12,4	2,4	51,3
мужчины	–	28	9,6	0,6	23,4
Всего	–	290	22	3	74,7

изученными. Одной из наиболее значимых можно назвать работу М.Б. Кордонского и В.И. Ланцберга⁵. В ней рассмотрены особенности таких клубных объединений, как функционерский клуб, учебная группа, клуб любителей, общения, творческий, воспитательный. Однако тема волонтерского клуба, к сожалению, осталась вне поля зрения авторов, поэтому в практической деятельности организаторам молодежных объединений приходится во многом руководствоваться здравым смыслом и опытом – своим и предшественников.

Для социально-психологического анализа представляет интерес вопрос о факторах, обеспечивающих стабильную активность участников данного объединения. Некоторые аспекты функционирования современного волонтерского объединения могут быть рассмотрены на примере работы клуба «Среда добровольцев» (Москва), созданного при нашем непосредственном участии в рамках проекта «Формула здоровья», реализуемого благотворительным фондом «Созидание». Данный клуб задуман как образовательный ресурс, в рамках которого планируется проведение с волонтерами тренинговых программ на командообразование, обучение социальному проектированию, что позволит его участникам в дальнейшем реализовывать свои проекты добровольческой деятельности.

На первом этапе организации были выработаны цели и задачи клуба. Затем подготовлены программы по вовлечению учащейся молодежи в деятельность клуба и по обучению и реализации добровольческих инициатив волонтеров – членов клуба. Помимо этого были разработаны символика клуба, отличительные предметы, которые помогут окружающим идентифицировать волонтеров.

После разработки документации были созданы информационно-агитационные материалы, в которых раскрывались цели и задачи клуба, рассказывалось о мероприятиях, которые будут проводиться. Были подготовлены информационные листовки, стенды для представления клуба на выставках, объявления, анкеты для желающих вступить в него.

После этого начался этап распространения информации о клубе. Объектами воздействия стали, в первую очередь, вузы и школы столицы, другие общественные организации и фонды, которые опираются в

своей деятельности на помощь волонтеров. Были использованы также возможности электронных средств массовой информации в рамках сети Internet. При распространении информации упор делался на аудиторию незамужних девушек из числа студенток вузов в возрасте 20–22 лет. Это вытекает из данных, представленных выше (см. таблицу), которые свидетельствуют, что большинство, готовое к участию в волонтерском движении (72,7% членов общественных организаций, 51,3% не состоящих в общественных организациях) – это девушки в возрасте от 21 до 23 лет.

После распространения информации и получения заполненных анкет от потенциальных добровольцев респондентам предлагалось пройти собеседование с координатором проекта и психологическое тестирование, позволяющее определить склонность к участию в волонтерском движении и степень готовности к конкретному действию. В зависимости от результатов собеседования респонденты принимались или не принимались в члены волонтерского клуба «Среда добровольцев».

Для психологического анализа были использованы три методики:

- тест уверенности в себе (В.Г. Ромек), который позволил уточнить характер отношения кандидата к себе и уровень инициативности в социальных контактах;
- диагностика социальной эмпатии;
- диагностика принятия других (по шкале Р. Фейя).

Помимо психологического тестирования волонтерам предлагалось ответить на вопросы анкеты, разработанной нами, цель которой заключалась в выявлении опыта участия в волонтерской и коллективной деятельности.

Из числа волонтеров, которые ответили на вопросы, направленные на диагностику социальной эмпатии, большинство (73,3%) от общего числа опрошенных обладают высоким уровнем принятия других. Остальные же имеют средний уровень принятия других. Данные об уровне уверенности в себе и интенсивности социальных контактов говорят о том, что большинство опрошенных (87,5%) уверены в себе на среднем уровне, и по 6,25% от общего числа имеют «высокий» и «низкий» уровни уверенности. Общий уровень инициативности в социальных контактах невысок: 68,75% от общего числа опрошенных имеют «средний» результат, остальные респонден-

ты (31,25%) обладают «низким» уровнем инициативности.

Показатели опыта участия в волонтерской и коллективной деятельности свидетельствуют о том, что факторы участия не являются определяющими для осуществления людьми добровольческих инициатив, поскольку все испытуемые на момент опроса уже имели опыт коллективной деятельности. Больше того, 75% от числа опрошенных уже занимались волонтерской деятельностью (разовая акция, несколько акций, волонтерский клуб).

В свете этого основной упор по вовлечению учащейся молодежи в деятельность волонтерского клуба был сделан на актуализацию реального опыта помощи другим людям. При этом положительные результаты принесло использование тактики «малых дел». При ее реализации мы исходили из того, что с помощью объявления превратить человека в альтруиста по убеждению практически невозможно. Первоначально ему нужно предложить проделать ряд шагов, каждый из которых, на первый взгляд, отличается простотой и реализуемостью. К таковым можно отнести предложение прийти на заседание клуба, принять участие в «мозговом штурме» по выработке эмблемы клуба, оказать помощь в ремонте помещения, обсудить проблемы волонтерства на заседании «круглого стола», провести выходной день в компании волонтеров, занимаясь благоустройством территории, и т.д. Помимо практической пользы клуб тем самым дает своим членам навыки социального проектирования, которые помогут им в дальнейшем реализовывать свои собственные проекты добровольческих инициатив.

Пребывание молодого человека в волонтерской общности обеспечивает накопление определенного опыта, однако этого далеко не достаточно для того, чтобы добровольчество стало стилем жизни. Необходимо, чтобы у члена клуба наряду с осуществлением волонтерской деятельности происходило формирование определенного внутреннего отношения к этому факту.

На личном уровне оценка добровольческой деятельности приобретает большое нравственное значение. Осознанная возможность исполнить свое предназначение, реализованная в служении ближнему, в исполнении гражданского долга, в творческом взаимодействии с другими людьми, придает добровольческой деятельности значение

важнейшего ресурса демократического развития общества и личностного роста граждан. Эта деятельность способствует изменению самооценки и самосознания личности, что, в конечном счете, способно привести к преобразованию ее Я-концепции. Обогащается и ценностно-смысловая сфера личности, так как человек получает общественную оценку и признание заслуг. Таким образом, реализуется функция социализации – добровольческий труд формирует и развивает человека как члена общества.

Анализируя работу по вовлечению студенческой молодежи в волонтерскую деятельность, можно выявить ее социально-психологические условия. Процесс вовлечения можно рассматривать как технологию социального влияния в интересах построения инновационных организационных структур – волонтерских общностей, направленных на утверждение в общественном мнении новых социальных ценностей и норм – гуманизма и альтруизма. В ходе реализации такой технологии обеспечивается достижение ряда социально-психологических функций, среди которых ведущую роль играют: мобилизующая – формирование у целевой аудитории готовности к добровольческому участию в общественно значимых проектах; интегративная – объединение стремлений и усилий отдельных лиц в интересах достижения общих целей; социализирующая – выработка устойчивых добровольческих тенденций в поведении и отношениях участников волонтерских акций.

Повышению эффективности процесса вовлечения студентов в волонтерскую деятельность организаций могут способствовать следующие шаги: в рамках мобилизационного воздействия общественных организаций – усиление доли присутствия таких информационных инструментов как позиционирование, визуализация и символизация реального опыта волонтерской деятельности; для интегративного воздействия волонтерской общности – использование тренингов командообразования и социального проектирования, реализуемых при непосредственном участии потенциальных благополучателей; в целях социализирующего воздействия – повышение престижности социального статуса волонтерства путем публичной демонстрации лидерами общественного мнения своего положительного отношения к идеям альтруизма и гуманизма.

Таким образом, процесс вовлечения студентов в волонтерское движение во многом обусловлен представленностью в общественном мнении ценностей и целей добровольческой деятельности по реализации выдвигаемых общественной организацией проектов и программ. Цель информационного влияния состоит в раскрытии социальной значимости волонтерства как общественного явления и побуждении граждан к проявлению добровольческой активности в интересах определенных благополучателей. Для этого необходимо создавать мобилизационно привлекательный образ для потенциальных волонтеров. При этом, как показывает практика, наиболее интересными в глазах студентов выглядят такие проекты, которые имеют экологическую направленность или связаны с осуществлением строительно-реставрационных работ.

По нашему мнению, мобилизационная привлекательность – это такая составляющая имиджа общественной организации, которая обеспечивает эмоциональное принятие основных ориентиров деятельности и вовлеченность наиболее восприимчивых представителей аудитории в процесс достижения декларируемых целей в рамках реализуемых организацией проектов. Данное качество имиджа общественных организаций может быть отнесено к числу значимых социально-психологических условий процесса вовлечения волонтеров в общественно полезную деятельность.

Для достижения этого социально-психологического эффекта организаторам волонтерского движения имеет смысл рассматривать процесс вовлечения студентов в добровольческую деятельность как часть этой деятельности. В связи с этим основными исполнителями подобных информационных кампаний должны стать студенты, уже имеющие опыт участия в международных волонтерских лагерях, и другие лица, входящие в этот проект на правах волонтеров. Их задача – донести до аудитории все многообразие смыслов разработанных заранее агитационных сообщений, придав им дополнительный личностный смысл за счет раскрытия своего отношения к волонтерству. Основная мысль такой информации может быть выражена в виде слогана «Открой себя миру волонтерства, и мир откроется для тебя». Первая часть слогана призывает молодых людей заглянуть в себя, оценить свои приоритеты и ценности,

открыть в себе источники бескорыстия и доброты как личностно значимые качества. Вторая часть привлекает внимание к волонтерству как международному явлению с большой историей и традициями. Дополнительным стимулом служит то, что с точки зрения современных молодых людей все зарубежное имеет определенные преимущества перед отечественным. Таким образом, аудитории внушается идея «открытости миру» как ценность жизни, способная наполнить ее богатством содержанием и новыми впечатлениями.

Целесообразно использовать *прямое общение* волонтеров с аудиторией: а) в ходе проведения психодиагностических мероприятий по выявлению уровня готовности к волонтерской деятельности (проводят волонтеры из числа студентов психологических факультетов); б) в ходе знакомства с зарубежным и отечественным опытом волонтерства (осуществляют волонтеры из числа участников международных лагерей); в) в ходе встреч с представителями волонтерского клуба, на видеоконференциях, в видеобращениях, звуковых письмах и др.

Для этого нужно осуществить определенные подготовительные мероприятия, включающие: а) подготовку добровольцев из числа студентов психологических факультетов для осуществления психологической диагностики и проведения смыслоориентирующих бесед; б) подбор активистов из числа участников волонтерских лагерей для проведения встреч в студенческих аудиториях; в) наличие иллюстративного материала для создания слайд-лекций об опыте пребывания в волонтерских лагерях и о функционировании международного волонтерского движения; г) разработку материалов, необходимых для презентации волонтерских клубов. Кроме того, необходимо так подготовить отобранных волонтеров, чтобы они имели достаточный объем знаний по теме и были готовы отвечать на все вопросы аудитории, касающиеся работы летних лагерей и волонтерских клубов. Стоит также разработать план использования современных средств предоставления информации, поскольку многие вузы обладают разветвленными сетями телекоммуникаций, которые могут быть использованы в подобной работе.

Полученная информация должна, в конечном счете, привести к созданию электронной базы данных на всех лиц, прошедших тестирование и проявивших интерес к проводи-

мым волонтерским центром мероприятиям. В дальнейшем осуществляется персональная работа с людьми, проявившими интерес и желающими участвовать в мероприятиях. Для этого необходимо выделить место проведения встреч и подобрать тех, кто может принимать потенциальных волонтеров и проводить с ними ориентирующие беседы по вопросам функционирования клуба. Следующим шагом будет организация тематических лекций и семинаров для групп потенциальных добровольцев в помещении центра или в вузе, с которым существует договоренность о сотрудничестве. Со всеми, кто готов и хочет работать волонтером в лагере или клубе, необходимо провести занятия по профессиональному мастерству и технике безопасности.

Для оценки эффективности осуществляемых мероприятий предлагается использовать два вида диагностики. Первый – процессуальный, направленный на выявление качественных параметров того имиджа волонтерства и волонтерских клубов, который будет создан в ходе проводимой информационной кампании. Разработка инструментария такой диагностики является темой самостоятельного исследования и проекти-

рования. Второй вид – результативный, связанный с оценкой объема и качества заявок на участие в волонтерских лагерях и клубах. Необходимую информацию можно получить от сотрудников клуба и участников волонтерских лагерей.

Проделанный анализ позволяет сформулировать вывод о том, что определяющим для процесса вовлечения волонтеров в общественно полезную деятельность выступает такое качество как «мобилизационная привлекательность» – формируемый в молодежной аудитории образ добровольческой активности. Оно складывается из взаимодействия таких коммуникационных эффектов как интерес, понимание и вовлеченность. Их проявления во многом обусловлены вызываемой имиджем общественной организации степенью увлеченности, уровнем любопытства, возникающим чувством принадлежности к одной большой группе, осознанием важности дальнейшего выбора. Осуществление информационного воздействия на студенческую аудиторию с учетом этих критериев позволяет наиболее эффективно решать задачи информационного обеспечения вовлечения студентов в добровольческую деятельность.

Примечания

¹ См.: Информационный ресурс: www.sochi2014.com

² Там же.

³ Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 1760-п // www.sochi2014.com

⁴ См.: Кудринская Л.А. Добровольческий труд: опыт теоретической реконструкции: Дис. ... д-ра социол. наук. М., 2006.

⁵ См.: Кордонский М.Б., Ланцберг, В.И. Технология группы. Заметки из области социальной психологии неформальных групп. 4-е изд., испр. и доп. Одесса; Туапсе, 1996.

УДК 159.922

Л.Ю. ФОМИНА

Педагогический институт Саратовского государственного университета

E-mail: Lufom@mail.ru

Влияние эмоций на познавательную деятельность младшего школьника

В статье анализируются исследования, посвященные роли эмоций в познавательной деятельности младшего школьника. Рассматривается влияние эмоций на процессы запоминания, восприятия, воображения и мышления. Подчеркивается, что чрезмерные эмоциональные состояния неблагоприятно сказываются на познавательной деятельности ребенка, тормозят и дезорганизуют его интеллектуальную активность.

Ключевые слова: эмоции, познавательная деятельность, влияние, младший школьник, потребности, мотивация.