

На правах рукописи

ПОСЕЛЕННОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ТВОРЧЕСКОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ
У СТУДЕНТОВ – БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ
МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

13.00.08 – теория и методика профессионального образования

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
кандидата педагогических наук

Ульяновск – 2021

Работа выполнена на кафедре педагогики профессионального образования и социальной деятельности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ульяновский государственный университет»

Научный руководитель: **Ковардакова Маргарита Анатольевна,**
кандидат педагогических наук, доцент

Официальные оппоненты: **Сохранов Владимир Васильевич,**
доктор педагогических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», кафедра педагогики и психологии, профессор кафедры

Агрикова Елена Вячеславовна,
кандидат педагогических наук, доцент,
ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева», кафедра иностранных языков и профессиональной коммуникации, доцент кафедры

Ведущая организация: ФБГОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Защита состоится 30 июня 2021 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.278.04 при Ульяновском государственном университете по адресу: г. Ульяновск, ул. Набережная Свияги, 106, корп.1, ауд.703.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в научной библиотеке Ульяновского государственного университета и на сайте вуза <https://www.ulsu.ru>, с авторефератом – на сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации <https://vak.minobrnauki.gov.ru>.

Автореферат разослан2021 года.

Отзывы на автореферат просим высылать по адресу: 432970, г. Ульяновск, ул. Л. Толстого, 42, УлГУ, Отдел подготовки кадров высшей квалификации.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Ковардакова Маргарита Анатольевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Современным российским обществом и государством востребованы специалисты, обладающие инициативностью, гибкостью и творческим потенциалом, способные к активному действию в ситуации социальных перемен, к решению задач, не имеющих аналогов в опыте предыдущих поколений. Задача обучения таких специалистов выступает основным вектором модернизации современной системы профессиональной подготовки, что отражено и в Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования нового поколения. Однако только иметь творческий потенциал и желание осуществлять творческую деятельность недостаточно для успешности в профессиональной деятельности: человеку необходимо уметь реализовывать и развивать свои творческие способности, строить свой «профессиональный образ», презентовать его. Овладение навыками самопрезентации к моменту окончания вуза позволит специалисту повысить свою конкурентоспособность, так как эффективная самопрезентация является залогом успешной деятельности в профессиональной и в целом социокультурной среде на более высоком уровне, что проявляется в ценностных установках, в отношениях, в нормах, побуждающих личность к проявлению и развитию своих творческих начал.

В наибольшей степени эффективность самопрезентационного поведения влияет на результаты деятельности представителей коммуникативных, публичных профессий, для которых общение – важное средство профессиональной деятельности. К такой категории относятся специалисты в сфере массово-информационной деятельности, а именно, журналисты, специалисты по связям с общественностью, рекламе, по медиакоммуникациям и т.д.

Самопрезентация подобных специалистов, способность подать себя, привлекая к своей личности внимание, является важнейшей составляющей массмедийного имиджа. Создаваемый с помощью самопрезентации образ становится явлением многогранным, поскольку, с одной стороны, это имидж самого специалиста, с другой – имидж представляемого им СМИ.

Самопрезентация специалиста в сфере массово-информационной деятельности по своему характеру является творческой и рассматривается в научной литературе как одна из составляющих его профессионально-коммуникативной компетентности. Профессионально-коммуникативная компетентность была предметом исследования таких ученых, как К.О. Апель, Е.М. Алифанова, М.А. Василик, Т.Г. Винокур, Е.А. Климов, Г.В. Колошанский, Е.В. Руденский, М.Г. Синякова и др. В их работах дано определение коммуникации, профессиональной коммуникации, выявлены факторы, влияющие на успешность профессиональной коммуникации, раскрыта сущность коммуникативной компетентности, изучены ее структура, средства развития.

Большинство работ, касающихся самопрезентации личности, до 80-х годов прошлого века принадлежало западным ученым: Р. Аркину, С. Ашу,

Р. Баумайстеру, И. Гоффману, И. Джонсу, Ч. Кули, М. Лири, Д. Майерсу, Г. Миду, А. Стейнхилберу, Ф. Хайдеру и др. В их трудах раскрывается сущность феномена самопрезентации, описываются ее стратегии, тактики и принципы, обосновываются цели и задачи самопрезентации.

В отечественной науке самопрезентация как объект изучения стала привлекать исследователей только в начале 90-х годов XX века. В настоящее время наибольший интерес в данном сегменте научных исследований представляют труды Г.В. Бороздиной, Е.Л. Доценко, Ю.М. Жукова, Н.М. Ильенко, Ю.С. Крижанской, Е.В. Михайловой, И.А. Медведевой, О.А. Пикулевой, Н.А. Садыковой и др.

Исследование процесса обучения самопрезентации в России началось в 2000-е годы в двух параллельных направлениях: социально-психологическом и социально-педагогическом. Психологическим аспектам обучения эффективной самопрезентации командиров курсантского подразделения посвящена диссертационная работа В.А. Саватеева (2001). Ю.М. Жуковым тренинг, предназначенный для развития коммуникативной компетентности, одновременно рассматривается как эффективный способ формирования навыков самопрезентации (2003). А.Г. Грецовым предложены авторские методики обучения подростков техникам самопрезентации для решения психологических проблем в этом возрасте (2003). Е.В. Михайловой обучение самопрезентации рассматривается как новая предметная область психологической теории и практики (2006). Социально-психологическая специфика самопрезентации женщин, проходящих военную службу, стала предметом диссертационного исследования И.В. Пономаренко (2008). Е.Ю. Крылов исследовал процесс формирования тактик самопрезентации студентов в условиях виртуальной среды (2012).

Социально-педагогическое направление представлено исследованиями педагогических условий формирования навыков самопрезентации у детей дошкольного возраста (К.Е. Панасенко, 2005), у подростков (О.В. Шевердина, 2006), у старшеклассников (В.А. Савин, 2013). Ряд работ касается проблемы обучения самопрезентации студентов. Так, И.Б. Захаровой изучались особенности социально-педагогического ориентирования на успешную самопрезентацию будущих лингвистов (2003), формированию готовности к самопрезентации студентов туристского вуза посвящена статья А.Ю. Бригадной (2012), формированию навыков самопрезентации будущих педагогов-психологов – статья Е.В. Казанцевой (2013), формированию готовности студентов негуманитарных специальностей к речевой самопрезентации – диссертационная работа И.И. Мишиной (2018).

Имеется ряд работ, в которых исследуется проблема творческих проявлений личности учителя как субъекта педагогической деятельности (А.С. Косонова, 2021, А.А. Солдатова, 2000 и др.). Однако работ, посвященных формированию навыков творческой самопрезентации у будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, за исключением работы Л.М. Семеновой (2006), касающейся специалистов по связям с общественностью, нет. Спе-

цифика же их деятельности, направленной на сбор, обработку и периодическое распространение актуальной социальной информации в печати, на радио, телевидении, требует от специалистов этой сферы ряда особых профессиональных умений и навыков, и в частности, навыков творческой самопрезентации.

Таким образом, налицо **противоречия** между:

- заказом общества на формирование личности специалиста в сфере массово-информационной деятельности, умеющей адекватно реагировать на изменяющуюся социально-экономическую ситуацию, готовой к личностному самовыражению и реализующей творческий потенциал в профессиональной сфере, и недостаточной разработанностью данной проблемы в теории и методике профессионального образования;

- пониманием необходимости обеспечения готовности будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности к профессиональному труду как процессу творческому, успешность которого обуславливается владением навыками творческой самопрезентации, и недостаточной разработанностью педагогических средств, способствующих становлению личности студентов как развивающихся субъектов творческой самопрезентации;

- потребностью студентов, осваивающих профессиональную массово-информационную деятельность, в творческой самореализации и их слабой ориентированностью на овладение ее способами в образовательном процессе вуза;

- доминированием пассивной позиции студентов как субъектов образовательного процесса в высшей школе и их потребностью в активности в различных видах и формах организации учебно-профессиональной деятельности.

Обозначенные противоречия позволили сформулировать **проблему** диссертационного исследования: каковы теоретико-методологические основы, технологические подходы и педагогические условия формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности в образовательном процессе вуза?

С учетом выявленных противоречий и постановкой научной проблемы была сформулирована **тема исследования**: «Формирование навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности».

Цель исследования: теоретико-методологическое обоснование и моделирование процесса формирования навыков творческой самопрезентации у будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности в образовательном процессе вуза.

Объектом исследования является профессиональная подготовка специалистов в сфере массово-информационной деятельности в высшем учебном заведении.

Предметом исследования выступает процесс формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности в вузе.

В качестве **гипотезы** было выдвинуто предположение о том, что процесс формирования навыков творческой самопрезентации как компонента профессиональной компетентности студентов, осваивающих профессию специалиста в сфере массово-информационной деятельности в вузе, будет происходить более эффективно, если: выявлена сущность творческой самопрезентации как элемента профессиональной коммуникации специалиста в сфере массово-информационной деятельности; профессиональная коммуникация специалистов в сфере массово-информационной деятельности рассматривается в тезаурусе компетентностного подхода; определена специфика формирования у студентов навыков творческой самопрезентации в образовательном процессе вуза; подобран и апробирован комплекс современных педагогических технологий формирования навыков творческой самопрезентации, обеспечивающих в образовательном процессе активную субъектную позицию студентов; разработана, теоретически обоснована и проверена модель формирования навыков творческой самопрезентации студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности в образовательном процессе вуза.

Цель теоретико-методологического обоснования и моделирования в вузе процесса формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности как элемента их профессиональной коммуникации декомпозируется на ряд **задач**:

1. Уточнить содержание понятия «профессионально-коммуникативная компетентность специалиста в сфере массово-информационной деятельности».

2. Раскрыть сущность творческой самопрезентации как элемента профессиональной коммуникации специалистов в сфере массово-информационной деятельности и определить её значение для их профессиональной самореализации.

3. С позиций компетентностного подхода определить состав актуальных навыков творческой самопрезентации специалиста в сфере массово-информационной деятельности и выявить специфику их формирования в образовательном процессе вуза.

4. Создать процессную модель формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, опытно-экспериментальным путем проверить её эффективность и выявить педагогические условия реализации.

5. Спроектировать систему педагогических технологий, обеспечивающих успешное формирование навыков творческой самопрезентации студентов, осваивающих в вузе профессиональную массово-информационную деятельность.

6. Разработать критериальный аппарат для осуществления мониторинга процесса формирования навыков творческой самопрезентации студентов с целью оценки его эффективности.

В качестве теоретико-методологической базы исследования были использованы: деятельностный подход, обоснованный в трудах Б.Г. Ананьева, В.А. Бажанова, Л.С. Выготского, В.В. Давыдова, Л.В. Занкова, С.Л. Рубинштейна,

Д.Б. Эльконина, выражающийся в направленности педагогических технологий, средств и условий на организацию постепенно усложняющейся деятельности, включающей все новые элементы для развивающейся личности, что обеспечивает эффективное решение важных профессиональных задач; системный подход, предполагающий целостность процесса образования как системы и раскрывающийся в работах В.Г. Афанасьева, И.В. Блауберга, В.С. Ильина, Э.Г. Юдина и др.; культурологический подход, в соответствии с которым образование рассматривается в тесной связи с культурой и понимается как культурный процесс, протекающий в образовательных средах, и представленный в работах А.В. Брушлинского, Д.С. Лихачева, М. Мид, А. Тойнби, М. Хайдеггера и др.; аксиологический подход, представители которого (Б.М. Бим-Бад, А.М. Булынин, Б.И. Додонов, Б.Г. Кузнецов, Н.Д. Никандров, В.М. Розин и др.) рассматривают личность как цель и результат образовательного процесса; личностно-ориентированный подход, ставящий в центр обучения самого обучающегося, его цели, мотивы, неповторимый психологический склад (Е.В. Бондаревская, М.И. Лукьянова, С.Н. Митин, Н.Н. Никитина, И.О. Якиманская и др.); компетентностный подход, характеризующийся ориентацией на способности применять знания, умения, навыки, эффективно действовать на основе практического опыта в решении профессиональных задач (В.И. Байденко, А.Г. Бермус, О.И. Доница, Э.Ф. Зеер, И.А. Зимняя, С.А. Королькова, Н.В. Кузьмина, Л.С. Лисицина, А.К. Маркова, Дж. Равен, В.В. Сериков, А. В. Хуторской и др.); содержательный подход к исследованию общения, представители которого (Л.Г. Бабахова, М. Бубер, А.М. Новиков, М. Хайдеггер и др.) считают, что общение – это, помимо передачи информации, способ развития самосознания, источник выработки личного смысла и совместного мировидения его субъектов; полихудожественный подход, в соответствии с которым цели формирования творческой личности могут быть достигнуты посредством использования разнообразных видов художественно-творческой деятельности (Е.А. Горпиненко, Л.Р. Золотарева, Б.П. Юсов и др.).

В ходе исследования также опирались на положения различных концепций профессионального образования (В.А. Болотов, Э.Ф. Зеер, В.А. Слостенин, Н.Б. Шмелева и др.), контекстного подхода (А.А. Вербицкий), теории поэтапного формирования умственных действий (П.Я. Гальперин, Н.Ф. Талызина), на работы, рассматривающие проблемы эффективности общения (К. Андерсон, М.С. Каган, Г.В. Колшанский, А.П. Панфилова, Е.В. Руденский, М.Г. Синякова, В.М. Шепель и др.), концепцию «социальной драматургии» (И. Гофман); исследования в области самопрезентации (Ю.М. Жуков, А.Ю. Касаткина, А.С. Косогова, Ч.Х. Кули, М.Р. Лири, Д. Майерс, Е.В. Михайлова, О.А. Пикулева и др.); принципы обучения актерскому мастерству К.С. Станиславского, М.А. Чехова и др.

В работе применен комплекс методов исследования, который представлен теоретическими методами (анализ, синтез, индукция, дедукция, абстрагирование, сравнение, аналогия, обобщение, моделирование, анализ философской, психолого-педагогической литературы по проблеме исследования; анализ про-

фессиональных стандартов, ФГОС ВО, учебной документации), эмпирическими методами (наблюдение, тестирование, анкетирование, беседа, интервьюирование, оценка, самооценка, педагогический эксперимент, анализ продуктов учебной деятельности студентов), методами математической и статистической обработки полученных в ходе исследования экспериментальных данных.

Опытно-экспериментальной базой исследования явились ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет», ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова» и ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет». В исследовании приняли участие 194 студента четвертого курса (направления подготовки – «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Издательское дело»).

Исследование проходило в три этапа.

Первый (аналитико-теоретический) этап проходил в 2015-2017 гг. В тот период изучалось состояние разработки проблемы исследования в научной литературе, анализировались требования профессиональных стандартов и ФГОС ВО к уровню подготовки специалистов в сфере массово-информационной деятельности, проводился отбор теорий и концепций, методов исследования, выявлялись противоречия, формулировался научный аппарат исследования, уточнялось содержание терминов и понятий, используемых в работе, проектировалась процессная модель формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, изучались возможности различных дисциплин, входящих в учебный план их подготовки.

Второй (опытно-экспериментальный) этап осуществлялся в 2017-2018 гг.). В рамках данного этапа уточнялось содержание различных дисциплин, способствующих формированию навыков творческой самопрезентации, разрабатывался спецкурс «Технология творческой самопрезентации в рамках профессиональной коммуникации специалиста в сфере массово-информационной деятельности», осуществлялся педагогический эксперимент (констатирующий и формирующий этапы), в ходе которого апробировалась сконструированная процессная модель, разрабатывался диагностический аппарат для установления уровня сформированности навыков творческой самопрезентации студентов.

Третий (обобщающе-результативный) этап длился 2019-2021 годы. В это время был осуществлен контрольный этап педагогического эксперимента. Анализ и сопоставление данных констатирующего и контрольного этапов эксперимента, их статистическая обработка стали основанием для формулирования основных положений и выводов исследования, определения перспектив дальнейшего изучения проблемы обучения творческой самопрезентации. На этом же этапе осуществлялось обсуждение результатов исследования, литературное оформление текста диссертационной работы.

Научная новизна результатов исследования заключается в том, что:

- уточнено содержание понятия «профессионально-коммуникативная компетентность специалиста в сфере массово-информационной деятельности», ко-

торая выступает как сложное интегративное личностное образование, основанное на общекультурной коммуникативной компетенции и профессиональных ценностях, нормах и правилах поведения, представляет собой способность профессионально осуществлять коммуникативное действие и взаимодействие в медиасреде, включает владение стратегиями и тактиками профессиональной коммуникации, адекватными целям и задачам массово-информационной деятельности, позволяет обмениваться профессиональной информацией, обеспечивает адаптацию субъектов совместного труда, координацию их действий, является условием для успешного функционирования личности в профессиональной среде, способствует развитию профессиональной идентичности личности, побуждая ее к самоактуализации, самореализации и самопрезентации;

- раскрыто значение обучения студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности навыкам творческой самопрезентации, заключающееся в том, что данный процесс способствует: становлению и дальнейшему развитию мотивационной сферы студента; самоактуализации личности студента как будущего специалиста в сфере массово-информационной деятельности; раскрытию и реализации творческого потенциала студента, побуждая его к креативному представлению собственного «Я»; развитию уже имеющихся творческих способностей и воспитанию новых качеств, таких как инициативность, критичность ума, открытость новому, потребность в поиске новых путей решения профессиональных задач, независимость в выборе необходимых методов достижения профессиональных целей и решения профессиональных проблем; нахождению своего места в избранной области и конкретном коллективе через регулятивные действия; легкой адаптации выпускника в творческом коллективе; активизации саморазвития в выбранной профессиональной области; совершенствованию своего профессионального имиджа и повышению статуса представляемого СМИ;

- с позиций компетентностного подхода определен состав актуальных навыков творческой самопрезентации специалистов в сфере массово-информационной деятельности, представляющий собой систему, охватывающую всю совокупность составляющих творческую самопрезентацию навыков, и отражающую логику ее осуществления, начиная с установления контакта с реципиентом (субъектом, воспринимающим адресованное ему сообщение), удержания его внимания, ориентацией в общении на реакцию реципиента, корректируя её в необходимых случаях, кончая завершением коммуникации и последующим анализом её эффективности;

- выявлена специфика формирования навыков творческой самопрезентации студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности в образовательном процессе вуза как целенаправленного и последовательного процесса, основанного на деятельностном подходе и теории формирования умственных действий, предполагающего четыре этапа, в ходе которых последовательно формируются навыки самопрезентации: вначале создается программа освоения навыка, действия первоначально расчленяются на компо-

ненты, неоднократно повторяются в тестовом режиме, затем различные параметры выполнения элементов действия подвергаются анализу, далее формируются отдельные действия, появляется их чередование, потом отдельные элементы целостного действия соединяются в единое целое, действие приспосабливается к ситуации самопрезентации, устраняются все лишние элементы и, наконец, оно приобретает целесообразный и автоматизированный характер;

- доказана эффективность процессной модели формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, позволившей сместить акценты с обучения отдельным навыкам на управление целостным процессом, устранить фрагментарность в обучении, организационные и информационные разрывы, дублирование, нерациональное использование управленческих, временных, информационных, методических, технологических и личностных ресурсов, а также наглядно продемонстрировать основные характеристики исследуемого процесса, обладающего свойством алгоритмируемости и представляющего собой последовательность состояний формируемых навыков, которые описаны с помощью процессно-деятельностных категорий: характеристики цели и задач формирования навыков творческой самопрезентации; специфики деятельности преподавателя и студентов как субъектов педагогического процесса, направленного на формирование навыков творческой самопрезентации; показателей эффективности исследуемого процесса и особенностей его результата.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что:

- раскрыта сущность творческой самопрезентации специалиста в сфере массово-информационной деятельности как способа самореализации творческой личности, как органической части его профессионально-коммуникативной компетентности и составляющей массмедийного имиджа, представляющей собой личностное проявление, утверждение собственной индивидуальности как профессионала, демонстрацию своей компетентности и себя как человека, производящего некий творческий продукт, позитивное представление личностных и непосредственно профессиональных качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности в данной сфере, внешнее проявление и результат рефлексии, обеспечивающей познание себя через восприятие другими индивидами, продуктивность и творчество в профессиональной деятельности;

- определены два параллельных и взаимосвязанных между собой направления формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности: социально-психологическое, реализуемое в условиях групповой учебно-тренировочной деятельности, нацеленное на выявление причин возникновения у студентов неуверенности при самопрезентации, на осмысление основных барьеров в осуществлении публичного и социального взаимодействия, выявление скрытых личностных резервов, развитие уверенности в себе, осознание возможности самоконтроля над производимым впечатлением, и социально-педагогическое,

имеющее в качестве задач приобретение знаний, лежащих в основе эффективной самопрезентации, обучение самопрезентационным навыкам, их развитие посредством создания комплекса организационно-педагогических, психолого-педагогических и дидактических условий;

- предложен комплекс педагогических технологий, обеспечивающих успешное формирование навыков творческой самопрезентации студентов, осваивающих в вузе профессиональную массово-информационную деятельность, традиционных для высшей школы и инновационных интерактивных технологий, объединенных общей целью и отвечающих таким критериям, как концептуальность (опора на конкретную научную концепцию); системность (обладание всеми признаками системы), управляемость (возможности для целеполагания, планирования образовательного процесса, мониторинга, варьирования методов и средств обучения с целью коррекции его результатов), эффективность (эффективность по результатам и оптимальность по затратам, гарантированность достижения запланированной цели обучения), воспроизводимость (возможность повторения другим педагогом), и создающих комфортные условия для всех субъектов образовательного процесса;

- разработан критериальный аппарат для осуществления мониторинга процесса формирования навыков творческой самопрезентации студентов с целью оценки его эффективности: мотивационно-ценностный критерий, предполагающий сформированность мотивов самопрезентации, осознание ценностей и значимости профессии специалиста в сфере массово-информационной деятельности; когнитивный критерий, включающий систему знаний о профессиональной коммуникации, о стратегиях и тактиках творческой самопрезентации; регулятивный (эмоционально-волевой) критерий, связанный с сформированностью эмоциональной чуткости, развитостью чувства эмпатии, владением навыками толерантного общения в процессе профессиональной коммуникации; деятельностный критерий, обусловленный способностью применять сформированные навыки творческой самопрезентации в профессиональной деятельности в стандартных и нестандартных ситуациях; рефлексивный критерий, позволяющий распознавать свойства и состояние конкретного человека, аудитории, для которых проводится самопрезентация, осуществлять саморефлексию как форму анализа самопрезентации;

- определена совокупность педагогических условий, детерминирующих успешное формирование навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, в которую вошли: организационно-педагогические условия, предполагающие внесение системных изменений в цели достижения нового качества профессионально-коммуникативной компетентности студентов, осваивающих самопрезентационную деятельность специалиста в сфере массово-информационной сферы, в содержание учебных дисциплин, обеспечивающих формирование навыков творческой самопрезентации, в организацию образовательного процесса; психолого-педагогические условия, под которыми понимаются конкретные спосо-

бы педагогического взаимодействия в системах «преподаватель-студент», «студент-студент», продуктивные и эффективные приемы деятельности в образовательном процессе, направленные на формирование свойств личности студентов как субъектов творческой самопрезентации с учетом их психологических особенностей; дидактические условия, которые образуются с помощью совокупности разнообразных педагогических средств и формируют в учебном процессе образовательную среду, способствующую развитию навыков творческой самопрезентации посредством различных педагогических технологий, используемых преподавателем.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что:

- определенный в ходе исследования состав актуальных навыков творческой самопрезентации специалистов в сфере массово-информационной деятельности будет способствовать их целенаправленному формированию в массовой практике профессиональной подготовки журналистов, специалистов по связям с общественностью, рекламе и других работников сферы массмедиа в образовательных организациях высшего образования;

- одним из результатов исследования стало определение совокупности педагогических условий, обеспечивающих успешное формирование навыков творческой самопрезентации студентов в образовательном процессе вуза, реализация которых позволит повысить уровень профессиональной готовности выпускников университетов к массово-информационной деятельности;

- материалы диссертационного исследования могут дополнить контент таких учебных дисциплин, как «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика и аксиология СМИ», «Психология журналиста», «Психология массовых коммуникаций», «Мастерство публичного выступления и техника речи», «Антропология визуальной коммуникации», а также использованы в спецкурсах и тренингах по эффективной творческой самопрезентации для студентов факультетов журналистики, культуры и искусства, прикладных коммуникаций и других факультетов творческих вузов;

- в комплексной системе подготовки специалистов творческих и коммуникативных профессий в высших учебных заведениях может быть широко использована предложенная автором совокупность традиционных и инновационных технологий формирования навыков творческой самопрезентации;

- создана и введена в образовательный процесс факультета культуры и искусства Ульяновского государственного университета по направлению подготовки «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Издательское дело» учебная программа спецкурса «Технология творческой самопрезентации в рамках профессиональной коммуникации специалиста в сфере массово-информационной деятельности», отвечающая требованиям, заложенным в ФГОС ВО и профессиональных стандартах специалистов данного профиля;

- критерии, предложенные для характеристики и определения уровня сформированности навыков творческой самопрезентации специалистов в об-

ласти массмедиа, могут быть использованы работодателями в процессе профессионального подбора и аттестации кадров;

- разработанные программы тренингов эффективной творческой самопрезентации могут быть применены с целью повышения самопрезентационной компетентности в профессиональном и межличностном взаимодействии и легко модифицироваться в соответствии с запросом со стороны практиков – представителей творческих и коммуникативных профессий.

Практическая значимость результатов исследования также определяется возможностью их применения не только в процессе профессиональной подготовке журналистов, специалистов по рекламе, специалистов по связям с общественностью, специалистов по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, ведущих телевизионных программ и т.д. в образовательных организациях высшего образования, но и в системе дополнительного образования специалистов в сфере массово-информационной деятельности, а также в процессе их самообразования и самовоспитания.

Достоверность и обоснованность полученных результатов обеспечивается: соответствием предъявляемым к педагогическим исследованиям требованиям, воспроизводимостью результатов исследования в массовой практике высшего образования по подготовке специалистов для массово-информационной деятельности, достаточным объёмом выборочной совокупности. Исследование построено на проверяемых фактах и данных, согласующихся с экспериментальными данными, опубликованными в научных источниках по теме диссертации и ряду смежных научных областей. Идеи исследования основываются на анализе практики высшего образования, передового опыта профессиональной подготовки специалистов в области массмедиа. Применены современные методы сбора и анализа исходных данных, валидные диагностические методики.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Творческая самопрезентация специалиста в сфере массово-информационной деятельности, являясь органической частью его профессионально-коммуникативной компетентности и составляющей массмедийного имиджа, способом самопрезентации творческой личности, представляет собой личностное проявление, творческое самовыражение, утверждение собственной индивидуальности как профессионала, демонстрацию своей компетентности и себя как человека, производящего некий творческий продукт, позитивное представление личностных и непосредственно профессиональных качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности в данной сфере, внешнее проявление и результат рефлексии, обеспечивающей познание себя через восприятие другими индивидами, продуктивность и творчество в профессиональной деятельности. От самопрезентации других специалистов она отличается метафоричностью образов, эмоциональностью, тенденцией к демонстративности, оценкой собственных творческих возможностей. Способность к творческой самопрезентации специалиста в области массово-информационной дея-

тельности предполагает сформированность определенных навыков. Навыки, как хорошо развитые и стабилизированные способы действия, включают несколько компонентов: мотивационный, когнитивный, исполнительный, волевой и т.д. В своем становлении навыки творческой самопрезентации проходят четыре этапа: предварительный, или ознакомительный, аналитический, или подготовительный, синтетический, или стандартизирующий, автоматический, или ситуативный. Освоение навыков творческой самопрезентации – это путь к саморазвитию личности специалиста в сфере массмедиа, к творческому самовыражению.

2. Исходя из характеристик деятельности специалиста в сфере информационно-коммуникационной деятельности (Профессиональные стандарты «Корреспондент средств массовой информации», «Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации», «Ведущий телевизионной программы» и др.), состав его навыков творческой самопрезентации определяется следующим образом: навыки установления контактов, удерживания внимания слушателя, расположения к себе других людей, демонстрации уважения и доверия к собеседнику, проявления искренности, непосредственности, заинтересованности; навыки рефлексии (быстро и точно распознавать свойства и состояние собеседника, ориентация в общении на реакцию собеседника); навыки саморефлексии (занимать в сознании «внешнюю» позицию по отношению к «собственному Я» и мышлению); навыки саморегуляции (управление своим психоэмоциональным состоянием); навыки вербального общения (точно формулировать свои мысли, излагать их доступным для собеседника языком, иметь собственный речевой стиль, владеть различными речевыми тактиками, навыками устной и письменной речи, хорошей дикцией, интонационной выразительностью речи, большим словарным запасом и т.д.); навыки невербального общения (управление мимикой, жестами, движениями, визуализации своих достоинств (визуальный имидж); навыки цивилизованного психологического влияния (аргументированное открытое влияние, адресованное к интеллектуальным возможностям человека, свободное от силовых и обманных приемов); навык владения разнообразными тактиками творческой самопрезентации; навыки ориентации в ходе самопрезентации на человека, его эмоции и чувства (социальный интеллект); навыки мобилизации и адаптации к ситуации коммуникации; актерские навыки (импровизации, перевоплощения и т.д.); навыки делового этикета (определение темы, составление плана самопрезентации, приветствие, ответы на вопросы, завершение коммуникации); навыки анализа эффективности самопрезентации и ее коррекции в случае необходимости.

3. Специфика процесса формирования навыков творческой самопрезентации обуславливается, с одной стороны, требованиями к личности специалиста в сфере массово-информационной деятельности, а с другой стороны, закономерностями формирования навыков. Это целенаправленный и последовательный процесс, основанный на деятельностном подходе и теории формирования умственных действий, в ходе которого последовательно формируются навыки само-

презентации: вначале создается программа освоения навыка, действия первоначально расчленяются на компоненты, неоднократно повторяются в тестовом режиме, затем различные параметры выполнения элементов действия подвергаются анализу, далее формируются отдельные действия, появляется их чередование, потом отдельные элементы целостного действия соединяются в единое целое, действие приспособляется к ситуации самопрезентации, устраняются все лишние элементы и, наконец, оно приобретает целесообразный и автоматизированный характер. Процесс формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности осуществляется в двух параллельных направлениях: социально-психологическом (выработка и совершенствование навыков творческой самопрезентации, осуществляемая в условиях групповой учебно-тренировочной деятельности.) и социально-педагогическом (приобретение знаний, лежащих в основе эффективной самопрезентации, обучение самопрезентационным навыкам посредством создания комплекса дидактических условий).

4. Процессная модель формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности дает возможность схематично отобразить и воспроизвести свойства, специфику и взаимосвязи между элементами исследуемого процесса, синтезировать имеющиеся знания и объединить в единую взаимообусловленную структуру его целевой, методологической, содержательной, критериально-диагностической блоки, а также блок педагогических условий. Она позволяет сместить акценты с обучения отдельным приемам и навыкам на управление целостным процессом формирования навыков творческой презентации, устранить фрагментарность в обучении, организационные и информационные разрывы, дублирование в нём. Модель предотвращает нерациональное использование управленческих, временных, информационных, методических, технологических и личностных ресурсов, а также наглядно демонстрирует основные характеристики исследуемого процесса, обладающего свойством алгоритмируемости и представляющего собой последовательность состояний формируемых навыков, которые описаны с помощью процессно-деятельностных категорий: характеристики цели и задач формирования навыков творческой самопрезентации; специфики деятельности преподавателя и студентов как субъектов педагогического процесса, направленного на формирование навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности; показателей эффективности исследуемого процесса и особенностей его результата.

5. В состав педагогических условий, детерминирующих успешное формирование навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности входят: организационно-педагогические (научно-методическое сопровождение процесса формирования навыков творческой самопрезентации; техническая оснащенность педагогического процесса, направленного на формирование навыков творческой самопрезентации; встраиваемость процесса формирования навыков творческой само-

презентации в целостную образовательную систему подготовки специалистов в сфере массово-информационной деятельности; педагогический мониторинг сформированности навыков творческой самопрезентации у будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности; наличие партнерских связей у вуза с различными СМИ и т.д.), психолого-педагогические (создание творческой атмосферы в процессе образования; отношение "субъект - субъект" в системах "педагог - студент", "студент - студент"; развитие положительной мотивации обучающегося к формированию навыков творческой самопрезентации; создание ситуации успешности в процессе подготовки творческой самопрезентации; индивидуальный подход к личности студента; профессиональная компетенция личности преподавателя, владеющего навыками творческой самопрезентации и т.д.) и дидактические (применение разнообразных активных и интерактивных технологий формирования навыков творческой самопрезентации; моделирование в учебном процессе ситуаций, требующих применения навыков творческой самопрезентации; усиление интеграции предметного содержания таких дисциплин как основы теории коммуникации, коммуникационный менеджмент, профессиональная этика, межкультурные коммуникации и средства массовой информации, техника речи, общая психология и психология труда; организация коллективных форм деятельности и различных форм сотрудничества студентов) условия.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись в ходе экспериментальной работы со студентами, обучающимися по таким направлениям подготовки, как «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Издательское дело» ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет», ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова» и ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет». Теоретические и эмпирические результаты исследования обсуждались и докладывались в ходе работы: международных и всероссийских конференций (Москва, 2010, 2011; Самара, 2010, Ростов-на-Дону, 2019; Ульяновск, 2009, 2010, 2013, 2020; Димитровград, 2021), на заседаниях кафедры педагогики профессионального образования и социальной деятельности УлГУ, апробировались в учебном процессе факультета повышения квалификации преподавателей ФГБОУ ВО «УлГУ».

Основные положения исследования нашли свое отражение в публикациях автора. По теме диссертации опубликовано 14 печатных работ, в том числе 3 статьи в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

Структура диссертации состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка использованной литературы (включает 297 наименований, в том числе 9 источников на иностранном языке), трех приложений. Общий объем диссертации составляет 233 страницы, из них 179 страниц основного текста, 35 страниц библиографического списка и 19 страниц приложений. Работа содержит 13 таблиц, 19 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

В первой главе «*Теоретико-методологические основы проблемы формирования у студентов навыков творческой самопрезентации как компонента профессиональной компетентности специалистов в сфере массово-информационной деятельности*» профессиональная коммуникация специалистов данного профиля рассматривается в проблемном поле компетентностного подхода, раскрывается сущность творческой самопрезентации как элемента профессиональной коммуникации специалиста в сфере массмедиа, описывается специфика формирования у студентов навыков творческой самопрезентации в образовательном процессе вуза.

На современном этапе проблема качества подготовки специалистов в вузе, её адекватность запросам рынка труда становится актуальной как никогда. В настоящее время решение проблемы качества результатов высшего образования связано с использованием компетентностного подхода. Основными чертами компетентностного подхода являются включение личности обучаемого в образовательный процесс как его активного субъекта, подчинение системы получаемых знаний и умений тем реальным, практическим задачам, которые будущий специалист будет решать на рабочем месте, формирование таких качеств личности, которые необходимы для осуществления будущей профессиональной деятельности и для дальнейшего саморазвития.

В терминологический аппарат компетентностного подхода входят два основных понятия: *компетенция* (система индивидуальных особенностей личности, направленных на взаимодействие с неким предметом из определенной области знаний или на выполнение неких действий) и *компетентность* (наличие у индивида определенной компетенции в некой профессиональной области, дополненная его отношением к предмету деятельности, сложившимся в результате получения опыта).

Федеральные образовательные стандарты высшего образования (ФГОС ВО 3++) содержат два вида компетенций: универсальные (общекультурные) и профессиональные. Одним из видов общекультурной компетентности является коммуникативная компетентность, которую можно рассматривать как систему представлений, навыков и опыта, вынесенных из уже состоявшихся ситуаций взаимодействия, а также личных качеств индивида (врожденных и приобретенных), которые способствуют эффективному взаимодействию индивида в социуме (Г.В. Колшанский).

Уровень коммуникативной компетентности является определяющим фактором успешности специалистов массмедийной сферы, так как для них сам процесс коммуникации является профессиональной деятельностью. Рассмотрение профессиональной коммуникации в тезаурусе компетентностного подхода позволило уточнить содержание понятия «профессионально-коммуникативная компетентность специалиста массово-информационной деятельности» как сложного интегративного личностного образования, основанного на общекуль-

турной компетенции и профессиональных ценностях, нормах и правилах поведения. Она представляет собой способность осуществлять коммуникативное действие и взаимодействие в профессиональной среде, включает владение широким и гибким диапазоном стратегий и тактик профессиональной коммуникации, адекватных целям и задачам массово-информационной деятельности, позволяет обмениваться профессиональной информацией, оказывать взаимопомощь участникам совместной профессиональной деятельности. Профессионально-коммуникативная компетентность специалиста в сфере массово-информационной деятельности обеспечивает адаптацию субъектов совместного труда, координацию их действий, является условием для успешного функционирования как самой личности в профессиональной среде, так и в целом профессиональной общности, членом которой он является. Внося вклад в определение профессиональной принадлежности специалиста, она стимулирует его самовыражение, самоактуализацию, самореализацию и самопрезентацию.

Профессиональная самопрезентация является неотъемлемой частью позиционирования личности как специалиста. Существует ряд определений профессиональной самопрезентации: вербальные и невербальные способы представления собственной личности в социуме (Т.А. Кубрак), репрезентация собственной личности одному или нескольким оппонентам (И.А. Журавлева), способность позитивно представлять себя, умение создавать в разных коммуникативных ситуациях такой образ себя, который удовлетворяет самого субъекта и нравится оппонентам (С.В. Хребина), способность показать необходимые в данный момент качества личности, которые помогут достигнуть поставленных целей коммуникации (О.С. Иссерс), положительное представление субъектом таких своих качеств, которые, на его взгляд, наиболее значимы для выполнения профессиональных действий в данной области (А.Ю. Касаткина). На основе анализа содержания различных определений самопрезентации в научной литературе, в качестве рабочего было принято определение профессиональной самопрезентации как совокупности методов и средств, которые использует индивид для формирования своего профессионального образа.

Самопрезентация такого субъекта профессиональной деятельности, как специалист массово-информационной деятельности носит творческий характер, и представляется правомерным отнести понятие творческой самопрезентации к сфере творчества личности человека. А.Г. Спиркин определяет творчество как сознательную деятельность индивида, которая может нести как интеллектуальный (ментальный), так и материальный (прикладной) характер и имеет своим результатом появление чего-то принципиально нового. В связи с самопрезентацией представляет интерес определение феномена творчества, данное Ф. Барроном. Он называет творчеством одну из черт личности, которая выражается в способности субъекта подстраиваться под условия, требующие нового образа существования.

Творчество не раз становилось объектом изучения в психологии и педагогике, однако в научных исследованиях содержание понятия «творческая само-

презентация», несмотря на его общеупотребительность, недостаточно раскрыто. Анализ феноменов самопрезентации и творчества позволяет определить творческую самопрезентацию специалистов в сфере массово-информационной деятельности как органическую часть его профессионально-коммуникативной компетентности и составляющей массмедийного имиджа, способ самоописания себя как творческой личности. Она представляет собой личностное проявление, творческое самовыражение, утверждение собственной индивидуальности как профессионала, демонстрацию своей компетентности, себя как человека, производящего творческий продукт, позитивное представление личностных и профессиональных качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности в сфере массмедиа. От самопрезентации других специалистов она отличается метафоричностью образов, эмоциональностью, тенденцией к демонстративности, оценкой собственных творческих возможностей.

Для овладения творческой самопрезентационной деятельностью у будущего специалиста массово-информационной деятельности необходимо сформировать соответствующие навыки – хорошо сформированные и стабилизированные способы действия, включающие мотивационный, когнитивный, исполнительный, волевой компоненты.

Исходя из характеристик деятельности специалистов в сфере информационно-коммуникационной деятельности, представленных в профессиональных стандартах, состав их навыков творческой самопрезентации определили следующим образом: навыки установления контактов, удерживания внимания слушателя, расположения к себе других людей, демонстрации уважения и доверия к собеседнику, проявления искренности, непосредственности, заинтересованности; навыки рефлексии, саморефлексии и саморегуляции, навыки вербального и невербального общения, навыки цивилизованного психологического влияния, навык владения разнообразными тактиками творческой самопрезентации, навыки ориентации в ходе самопрезентации на человека, его эмоции и чувства, навыки мобилизации и адаптации к ситуации коммуникации, актерские навыки, навыки делового этикета, навыки анализа эффективности самопрезентации и ее коррекции в случае необходимости.

Перечисленные действия представляют систему, охватывающую всю совокупность составляющих творческую самопрезентацию навыков, и отражающую логику ее осуществления, начиная с умения устанавливать контакт с реципиентом (субъектом, воспринимающим адресованное ему сообщение), удерживания его внимания, ориентацией в общении на реакцию реципиента, корректируя её в необходимых случаях, кончая завершением коммуникации и последующим анализом её эффективности.

Существуют различные концепции обучения навыкам: аналитический, синтетический и др. Для исследования процесса формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности особенно важными стали положения концепции развития умственных действий (П.Я. Гальперин, Н.Ф. Талызина), в соответ-

вии с которой приобретение знаний, овладение новыми умениями и навыками осуществляются посредством интериоризации, то есть происходит постепенный переход внешней деятельности во внутренний умственный план.

Анализ работ, посвященных формированию готовности к самопрезентации, показал наличие двух самостоятельных подходов к данному процессу. Первый подход – социально-психологический: изучаются психологические основы обучения самопрезентации, процесс обучения связывается с развитием коммуникативной компетентности, основной способ обучения – социально-психологический тренинг (И.Н. Бараш, Е.Е. Глотова, А.Г. Грецов, Ю.М. Жуков, Е.В. Казанцева, Е.Ю. Крылова, Е.В. Михайлова, О.В. Пикулева и др.). Второй подход – социально-педагогический (предлагаются достаточно целостные дидактические системы: методики, технологии, модели обучения самопрезентации (А.Ю. Бригаднова, И.Б. Захарова, С.А. Карасева, А.А. Клименко, И.И. Мишина, К.Е. Панасенко, С.А. Радченко, В.А. Савин, Л.М. Семенова, Н.В. Просперова, С.А. Хазова, О.В. Шевердина, М.Г. Шишкова и др.).

Таким образом, проблеме обучения личности успешной самопрезентации посвящено много исследований, однако работ, посвященных формированию навыков творческой самопрезентации у будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, за исключением работы Л.М. Семеновой, касающейся специалистов по связям с общественностью, нет. Специфика же их деятельности, направленной на сбор, обработку и периодическое распространение актуальной социальной информации в печати, на радио, телевидении, в кино, требует от специалистов этой сферы ряда особых профессиональных умений. Вступая в общение с человеком, владеющим требуемой информацией, специалист в сфере массово-информационной деятельности должен уметь расположить его к себе, позиционировать себя как эксперта в определенной теме, проблеме. Это всегда нестандартная, творческая, харизматичная личность, способная привлечь к себе внимание аудитории, вызывать у неё интерес и доверие.

В ходе исследования установлено, что специфика процесса формирования навыков творческой самопрезентации определяется, с одной стороны, требованиями к личности специалиста в сфере массово-информационной деятельности, а с другой стороны, закономерностями формирования навыков. Это целенаправленный и последовательный процесс, основанный на деятельностном подходе и теории формирования умственных действий, в ходе которого последовательно формируются навыки самопрезентации: вначале создается программа освоения навыка, действия первоначально расчленяются на компоненты, неоднократно повторяются в тестовом режиме, затем различные параметры выполнения элементов действия подвергаются анализу, далее формируются отдельные действия, появляется их чередование, потом отдельные элементы целостного действия соединяются в единое целое, действие приспособляется к ситуации самопрезентации, устраняются все лишние элементы и, наконец, оно приобретает целесообразный и автоматизированный характер.

Процесс формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности осуществляется в двух взаимосвязанных параллельных направлениях: социально-психологическом (выработка и совершенствование навыков творческой самопрезентации, осуществляемая в условиях групповой учебно-тренировочной деятельности.) и социально-педагогическом (приобретение знаний, лежащих в основе эффективной самопрезентации, обучение самопрезентационным навыкам посредством создания комплекса дидактических условий).

Во второй главе *«Опытно-экспериментальное обоснование эффективности процесса формирования у студентов навыков творческой самопрезентации»* описана модель данного процесса; педагогические технологии формирования у студентов навыков творческой самопрезентации, а также критерии, показатели и динамика сформированности навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности.

Для формирования перечисленных навыков творческой самопрезентации была разработана теоретическая модель, имеющая процессный характер. Она позволила комплексно рассмотреть исследуемый процесс, выделив следующие взаимосвязанные блоки (см. рис. 1).

Целевой блок включает в себя цель и задачи исследуемого процесса. *Методологический блок* модели отражает научные подходы и принципы к формированию у студентов навыков творческой самопрезентации как элемента профессиональной коммуникации в процессе подготовки будущего специалиста в сфере массово-информационной деятельности. Это культурологический, аксиологический, системный, личностно-деятельностный, компетентностный, содержательный и полихудожественный. В основе процесса формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности лежат следующие принципы: культуросообразности, продуктивности, мультикультурности, единства и гармонизации рационального и эмоционального факторов, исторической и социокультурной изменчивости образовательных ценностей и т.д.

Содержательный блок модели представлен такими дисциплинами, как «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика и аксиология СМИ», «Психология журналиста», «Психология массовых коммуникаций», «Мастерство публичного выступления и техника речи», «Антропология визуальной коммуникации». Дисциплиной, которая углубила и обобщила знания и умения студентов в области самопрезентации, стал спецкурс «Технология творческой самопрезентации в рамках профессиональной коммуникации специалиста в сфере массово-информационной деятельности».

Деятельностный блок включает этапы формирования навыков (ознакомительный, подготовительный, стандартизирующий, ситуативный) и педагогические технологии: лекционная (традиционные и инновационные лекции), игровая (ролевая игра), интерактивные (кейс-стади, портфолио, сторителлинг и др.).

I. Целевой блок	
Цель: развитие у студентов навыков творческой самопрезентации	
Задачи: обеспечение становления и дальнейшего развития мотивационной сферы студента, привитие устойчивого интереса к выбранной профессии, потребности в самосовершенствовании и профессиональном саморазвитии; формирование системы знаний, связанных с самопрезентационной деятельностью специалиста в сфере массово-информационной деятельности; последовательное формирование умений и навыков построения творческой самопрезентации; побуждение студентов к творческому самовыражению, поиску оригинальных идей для самопрезентации; развитие личностных качеств, необходимых для осуществления творческой самопрезентации.	
II. Методологический блок	
Подходы:	Принципы:
деятельностный, культурологический, аксиологический, системный, личностно-ориентированный, компетентностный, контекстный, содержательный, полихудожественный	культуросообразности, продуктивности, мультикультурности, единства и гармонизации рационального и эмоционального факторов, исторической и социокультурной изменчивости образовательных ценностей, взаимосвязи социокультурных и образовательных ценностей, интеграции традиционных и инновационных ценностей, соотношения общественных и личностных ценностей, целостности, вариативности, деятельности, профессиональной целесообразности, комплексности, опережающего развития, непрерывности, саморазвития, креативности
III. Содержательный блок	
Дисциплины: «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика и аксиология СМИ», «Психология журналиста», «Психология массовых коммуникаций», «Мастерство публичного выступления и техника речи», «Антропология визуальной коммуникации».	
Спецкурс «Технология творческой самопрезентации в рамках профессиональной коммуникации специалиста в сфере массово-информационной деятельности».	
IV. Деятельностный блок	
Этапы: ознакомительный, подготовительный, стандартизирующий, ситуативный.	
Технологии: лекционная (проблемная лекция, лекция вдвоем, лекция-визуализация, лекция с заранее запланированными ошибками, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-консультация, лекция-пресс-конференция,); игровая (ролевая игра), интерактивные (кейс-стади, портфолио, сторителлинг, тренинг и т.д.).	

V. Критериально-диагностический блок				
Критерии				
Мотивационно-ценностный	Когнитивный	Регулятивный	Рефлексивный	Деятельностный
Интегральный критерий: практическая готовность к творческой самопрезентации				
Уровни				
Критический	Имитационно-подражательный	Продуктивный	Ситуативно-творческий	
VI. Педагогические условия				
<i>организационно-педагогические:</i> встраиваемость процесса формирования навыков творческой самопрезентации в целостную образовательную систему подготовки специалистов массовой информационной деятельности; научно-методическое сопровождение процесса формирования навыков творческой самопрезентации; педагогический мониторинг уровня формируемых навыков; наличие партнерских связей у вуза с различными СМИ и т.д.	<i>психолого-педагогические:</i> развитие положительной мотивации и ценностного отношения студентов к формированию навыков творческой самопрезентации; создание творческой психологически комфортной атмосферы на занятиях; установление субъект-субъектных отношений в системах "педагог - студент" и "студент - студент"; создание ситуации успешности в процессе подготовки творческой самопрезентации; индивидуальный подход к личности студент и т.д.	<i>дидактические:</i> переход от знаниевого к компетентностному формату обучения; моделирование в учебном процессе ситуаций, требующих применения навыков творческой самопрезентации; использование в процессе обучения современных образовательных технологий, соответствующих цели и задачам формирования навыков творческой самопрезентации; усиление интеграции предметного содержания таких дисциплин, как «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика и аксиология СМИ», «Психология журналиста», «Психология массовых коммуникаций», «Мастерство публичного выступления и техника речи» и т.д.		

Рис.1 – Процессная модель формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массовой информационной деятельности

Педагогические технологии отбирались в соответствии с такими критериями, как концептуальность (опора на конкретную научную концепцию), системность (обладание всеми признаками системы), управляемость (возможности для целеполагания, планирования, образовательного процесса, мониторинга, варьирования методов и средств обучения с целью коррекции его результатов), эффективность (эффективность по результатам и оптимальность по затратам, гарантированность достижения запланированной цели обучения), воспроизводимость (возможность повторения другим педагогом).

Критериально-диагностический блок включает критериальный аппарат, характеристику четырех уровней сформированности навыков творческой самопрезентации.

Критический уровень: мотивы самопрезентации не сформированы, для студента характерно слабое осознание ценности и значимости выбранной профессии, профессиональной культуры и творчества; знания о деловом взаимодействии и профессиональной коммуникации фрагментарны, неясны, не точны, есть ложные знания, представление о важности и необходимости применения навыков творческой самопрезентации в профессиональной коммуникации недостаточны; знания о структуре, стратегиях и тактиках творческой самопрезентации неполные; низкий уровень мыслительных процессов, что не позволяет студенту вырабатывать устойчивые представления о себе; эмоциональная чуткость слабо развита, чувство эмпатии проявляется редко, навыки толерантного общения и эмоционально-волевого контроля в процессе профессиональной коммуникации не демонстрируются; способность к самоанализу не развита, самооценка неадекватна; распознавание эмоционального состояния других людей затруднено, реакция реципиента на свою самопрезентацию интерпретируется неверно; самопрезентационная деятельность малоуспешна.

Имитационно-подражательный уровень: мотивы самопрезентации сформированы частично, наиболее часто проявляется мотив получения одобрения преподавателя; ценности профессиональной деятельности, профессиональной культуры, профессионального творчества осознаются, но их ранг в иерархической структуре ценностей личности студента невысок; знания о деловом взаимодействии и профессиональной коммуникации, стратегиях и тактиках творческой самопрезентации поверхностны, представление о важности и необходимости ее применения в профессиональной коммуникации частично сформированы; эмоциональная чуткость и чувство эмпатии проявляются эпизодически, навыки толерантного общения и эмоционально-волевого самоконтроля в процессе профессиональной коммуникации демонстрируются редко; навыки самоанализа развиты слабо, самооценка не оптимальна; не всегда самостоятельно распознает свойства и состояние конкретного человека, неуверенно использует способы расположения к себе посредством вербальных и невербальных каналов общения; демонстрирует типовые способы построения самопрезентации, на данном уровне студент строит ее по образцу, подражая педагогу,

другим студентам; не всегда верно интерпретирует реакцию реципиента на свою самопрезентацию.

Продуктивный уровень: личностью осознаются ценность и значимость избранной профессии, профессиональной культуры, профессионального творчества, круг мотивов самопрезентации достаточно широк; знания о деловом взаимодействии, деловом этикете, профессиональной коммуникации, о структуре творческой самопрезентации, ее стратегиях и тактиках, а также представление о значении и функциях творческой самопрезентации в профессиональной деятельности специалиста в сфере массово-информационной деятельности точные и полные, мыслительные процессы достаточно развиты; эмоциональная чуткость и чувство эмпатии проявляется при необходимости, навыки толерантного общения и эмоционально-волевого самоконтроля в процессе профессиональной коммуникации применяются шаблонно; студент достаточно быстро и точно распознает свойства и состояние конкретного человека, активно использует изученные в ходе обучения способы расположения к себе посредством мимики, интонаций, достаточно успешно осуществляет самопрезентацию по предложенному плану, алгоритму, распознает реакцию реципиента на свою самопрезентацию, но не всегда может удачно ее скорректировать.

Ситуативно-творческий: мотивы творческой самопрезентации сформированы в полной мере, высокий ранг ценностей профессиональной деятельности, профессиональной культуры, профессионального творчества в иерархической структуре ценностей личности студента; знания о деловом взаимодействии, деловом этикете, профессиональной коммуникации, о структуре творческой самопрезентации, ее стратегиях и тактиках, а также представление о значении и функциях творческой самопрезентации в профессиональной деятельности специалиста в сфере массово-информационной деятельности системные и полные; мыслительные процессы, позволяющие личности вырабатывать устойчивые представления о себе, сформированы в поной мере; развита способность к самоанализу, оценка своих сильных и слабых сторон адекватна; на высоком уровне владеет навыками толерантного общения и эмоционально-волевого самоконтроля в процессе профессиональной коммуникации; студенту присуще стремление к саморазвитию, умение понимать эмоциональное состояние другого человека; быстро распознает реакцию реципиента, ориентируется на нее, находит новые средства для построения самопрезентации, его творческие проявления носят уникальный характер, самопрезентация эффективна.

В последний блок модели вошли *педагогические условия*, детерминирующие успешное формирование навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности.

Экспериментальная работа проходила в три этапа.

I этап – констатирующий. Его целью было выявление исходного уровня сформированности навыков творческой самопрезентации студентов. II этап – формирующий, включал в себя реализацию разработанной процессной модели формирования навыков творческой самопрезентации. III этап – контрольный,

включал в себя проведение повторной диагностики сформированности навыков творческой самопрезентации; обобщение результатов педагогического эксперимента по проверке эффективности апробированной модели формирования навыков творческой самопрезентации у студентов – будущих специалистов в сфере массово-коммуникационной деятельности.

С целью оценки сформированности навыков творческой самопрезентации применялись: диагностика мотивации достижения А. Мехрабиан, методика М. Рокича «Ценностные ориентации», тест на выявление структуры интеллекта Р. Амтхауэра, диагностика личностной креативности Е.Е. Туник, авторский опросник на выявление уровня знаний студентов о творческой самопрезентации, ее стратегиях и тактиках, диагностическая методика уровня коммуникативной компетентности и сформированности основных коммуникативных умений Л. Михельсона, диагностика рефлексивности А.В. Карпова. Их применение дало множество разнородных результатов. Для упорядочивания данных был применен кластерный анализ. Распределение респондентов экспериментальной (ЭГ) и контрольной (КГ) групп по уровням сформированности навыков творческой самопрезентации и их динамика в ходе эксперимента представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение респондентов по уровням сформированности навыков творческой самопрезентации в экспериментальной и контрольной группах

Группы Уровни	Экспериментальная группа				Контрольная группа			
	I этап		III этап		I этап		III этап	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
Критический	26	26,5	10	10,2	30	31,3	25	26
Имитационно-подражательный	53	54,1	30	30,6	48	50	53	55,2
Продуктивный	15	15,3	33	33,7	13	13,5	12	12,5
Ситуативно-творческий	4	4,1	25	25,5	5	5,2	6	6,3

Сравнение результатов на констатирующем и контрольном этапах эксперимента показывает, что в ЭГ количество респондентов с ситуативно-творческим уровнем сформированности навыков творческой самопрезентации выросло на 21,4% (с 4,1% до 25,5%), в КГ этот показатель увеличился только на 1,1% (с 5,2% до 6,3%). Количество респондентов с продуктивным уровнем в ЭГ увеличилось на 18,4% (с 15,3% до 33,7%), в КГ – снизилось на 1% (с 13,5% до 12,5%). Число студентов с имитационно-подражательным уровнем сократилось на 23,5% в ЭГ и возросло на 5,2% в КГ. Если количество респондентов с критическим уровнем в ЭГ уменьшилось на 16,3%, то в КГ этот показатель снизился не так значительно – всего на 5,3%.

Таким образом, в ЭГ навыки творческой самопрезентации у будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности формируются намного успешнее, чем в КГ.

В заключении диссертации обобщены теоретические и экспериментальные результаты исследования и изложены *основные выводы*:

1. Профессионально-коммуникативная компетентность специалиста в сфере массово-информационной деятельности – это сложное интегративное личностное образование, позволяющее осуществлять коммуникативное действие и взаимодействие в профессиональной среде, которое предполагает владение широким и гибким диапазоном стратегий и тактик профессиональной коммуникации, адекватных целям и задачам массово-информационной деятельности, является условием для успешного функционирования специалиста в медиaprостранстве, способствует развитию профессиональной идентичности личности, побуждает ее к самоактуализации, самореализации и самопрезентации.

2. Творческая самопрезентация специалиста в сфере массово-информационной деятельности является органической частью его профессионально-коммуникативной компетентности и составляющей массмедийного имиджа, это способ самопрезентации творческой личности, личностное проявление, утверждение собственной индивидуальности как профессионала, демонстрация своей компетентности и себя как человека, производящего некий творческий продукт, позитивное представление личностных и непосредственно профессиональных качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности в данной сфере, внешнее проявление и результат рефлексии, обеспечивающей познание себя через восприятие другими индивидами.

3. В состав навыков творческой самопрезентации специалистов в сфере массово-информационной деятельности входят: навыки установления контактов, удерживания внимания слушателя, расположения к себе других людей, демонстрации уважения и доверия к собеседнику, проявления искренности, непосредственности, заинтересованности; навыки рефлексии, саморефлексии и саморегуляции, навыки вербального и невербального общения, навыки цивилизованного психологического влияния, навыки владения разнообразными тактиками творческой самопрезентации, навыки ориентации в ходе самопрезентации на человека, его эмоции и чувства, навыки мобилизации и адаптации к ситуации коммуникации, актерские навыки, навыки делового этикета, навыки анализа эффективности самопрезентации и ее коррекции в случае необходимости.

4. Формирование навыков творческой самопрезентации – это целенаправленный и последовательный процесс, основанный на деятельностном подходе и теории формирования умственных действий, предполагающий четыре этапа, в ходе которых последовательно формируется программа освоения навыка, действия первоначально расчленяются на компоненты, неоднократно повторяются в тестовом режиме, затем различные параметры выполнения элементов действия подвергаются анализу, далее формируются отдельные действия, появляется их чередование, потом отдельные элементы целостного действия соединяются

в единое целое, действие приспособляется к ситуации самопрезентации, устраняются все лишние элементы и, наконец, оно приобретает целесообразный и автоматизированный характер.

5. Разработанная в ходе исследования процессная модель формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности, схематично отображая свойства, специфику и взаимосвязи между элементами исследуемого феномена, позволяет сместить акценты с обучения отдельным навыкам на управление целостным процессом, наглядно продемонстрировать его основные характеристики: цели и задач формирования навыков творческой самопрезентации; специфику деятельности преподавателя и студентов как субъектов педагогического процесса; результат.

6. Достижению цели формирования навыков творческой самопрезентации будущего специалиста в сфере массово-информационной деятельности в процессе обучения в вузе способствует применение комплекса педагогических технологий, отвечающих таким критериям, как *концептуальность* (опора на конкретную научную концепцию); *системность* (обладание всеми признаками системы), *управляемость* (возможности для целеполагания, планирования, образовательного процесса, мониторинга, варьирования методов и средств обучения с целью коррекции его результатов), *эффективность* (эффективность по результатам и оптимальность по затратам, гарантированность достижения запланированной цели обучения), *воспроизводимость* (возможность повторения другим педагогом), и обеспечивающих комфортные условия для всех субъектов образовательного процесса.

7. В ходе исследования подтвердили свою эффективность следующие педагогические условия: *организационно-педагогические*, предполагающие внесение системных изменений в цели достижения нового качества профессионально-коммуникативной компетентности студентов; *психолого-педагогические*, под которыми понимаются конкретные способы педагогического взаимодействия в системах «преподаватель-студент», «студент-студент», направленные на формирование свойств личности студентов как субъектов творческой самопрезентации; *дидактические*, которые образуются с помощью совокупности разнообразных педагогических средств и различных педагогических технологий.

Таким образом, можно сделать заключение о достижении цели исследования, доказанности его гипотезы, решении поставленных исследовательских задач. Проведенное исследование не исчерпывает всех аспектов проблемы формирования навыков творческой самопрезентации будущих специалистов в сфере массово-информационной деятельности. Перспективными направлениями дальнейшего исследования являются: поиск новых педагогических технологий и активных методов обучения, способствующих развитию навыков творческой самопрезентации, изучение специфики обучения самопрезентации в условиях дистанционного взаимодействия, изучение особенностей формирования навыков самопрезентации у представителей других творческих профессий.

Основное содержание исследования отражено в следующих публикациях автора, общим объемом 7,2 п.л.:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК для публикации результатов диссертационных исследований

1. Поселеннова, О.А. Навыки творческой самопрезентации студентов – элемент профессиональной коммуникации / Ю.Н. Захарова, М.А. Ковардакова, К.А. Мызрова, О.А. Поселеннова. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 5. – С. 480. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=22019> – ISSN 2070-7428. – 0,4 п.л.

2. Поселеннова, О.А. О сущности самопрезентации как элемента профессиональной коммуникации журналиста / О.А. Поселеннова, М.А. Ковардакова, Л.А. Хамидуллина. – Текст : непосредственный // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2018. – № 2. – С. 159-163. – ISSN 2079-1968. – 0,4 п.л.

3. Поселеннова, О.А. Спецкурс как способ формирования навыков творческой самопрезентации специалиста массово-информационной деятельности / О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2019. – № 1. – С. 83-87. – ISSN 2079-1968. – 0,4 п.л.

Публикации в других изданиях

4. Поселеннова, О.А. О технологиях формирования навыков творческой самопрезентации у будущих специалистов массово-информационной деятельности / М.А. Ковардакова, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Симбирский научный вестник. – Ульяновск: УлГУ, 2019. – № 1 (35). – С. 20-25. – 0,4 п.л.

5. Поселеннова, О.А. Стратегия самопрезентации президента: лингвистические особенности / Е.Е. Маркина, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Образ России в отечественной литературе от «Слова о Законе и Благодати» митрополита Иллариона до «Пирамиды» Л.М. Леонова: движение к многополярному миру: мат. VI Междунар. науч. конф. г. Ульяновск. 9-11 сентября 2009 г. / отв. ред. А.А. Дырдин. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – С. 370-374. – 0,2 п.л.

6. Поселеннова, О.А. О реализации стратегии самопрезентации президента [Текст] / Е.Е. Маркина, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Традиции и новаторство в развитии лингвистической и методической мысли: мат. Междунар. науч. конф., посвященной 120-летию со дня рождения заслуженного деятеля науки РСФСР профессора В. А. Малаховского. – Самара: ПГСГА, 2010. – С. 68-75. – 0,3 п.л.

7. Поселеннова, О.А. Тактика генерализации в речевой стратегии самопрезентации президента / Е.Е. Маркина, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный

венный // Русское слово: мат. Междунар. науч.-практ. конф. памяти проф. Е.И. Никитиной. 18 февраля 2010 г. Выпуск 2. Часть 1. Ульяновск: УлГПУ, 2010. – С. 154-159. – 0,3 п.л.

8. Поселеннова, О.А. Лингвистические составляющие стратегии самопрезентации / Е.Е. Маркина, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современного образования: материалы VI Междунар. науч.-практ. заоч. конф., Москва – Ульяновск, 22 апреля 2011 г. – Москва; Ульяновск: УлГУ, 2011. – С. 328-334. – 0,4 п.л.

9. Поселеннова, О.А. Первая самопрезентация Президента в интервью британским СМИ: (речевая стратегия и ее тактики) / Е.Е. Маркина, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современного образования: мат. V Междунар. науч.-практ. заоч. конф., Москва – Ульяновск, 23 апреля 2010 г. / Ульян. гос. ун-т. – Москва; Ульяновск: УлГУ, 2010. – С. 354-360. – 0,3 п.л.

10. Поселеннова, О.А. Стратегии и тактики статусной самопрезентации как средства вербального воздействия / Е.Е. Маркина, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Вузовская наука в современных условиях: сб. мат. 48-й науч.-тех. конф. (27 января –1 февраля 2014 г.). В 3 ч. Ч.3. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – С. 109-112. – 0,3 п.л.

11. Поселеннова, О.А. Уточнение понятия «творческая самопрезентация» как элемента профессиональной коммуникации будущих специалистов публичных и коммуникативных профессий / О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Современные парадигмы образования: достижения, инновации, технический прогресс: мат. XVII Всерос. науч.-практ. конф.: в 3 ч. Ч. 1. – Ростов-на-Дону: Южный университет, 2019. – С. 104-107. – 0,3 п.л.

12. Поселеннова, О.А. Формирование навыков творческой самопрезентации у студентов как конкурентного преимущества в профессиональной сфере / М.А. Ковардакова, О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Инновационный потенциал молодежи – 2020: сб. работ по результатам Всероссийского фестиваля научного творчества. / Сост. и отв. ред. И.В. Михайлова. – Ульяновск: ФГБОУ ВО УлГУ, 2020. – С. 220-228. – 0,3 п.л.

13. Поселеннова, О.А. Роль творческой самопрезентации в вербальной составляющей профессиональной коммуникации / О.А. Поселеннова. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы современной науки и образования: сб. науч. тр. Всерос. науч.-практ. конф. аспирантов и молодых ученых (г. Димитровград, 18 февраля 2021 г.) / под ред. канд. физ.- мат. наук, д-ра пед. наук Г.М. Ильмушкина. – Димитровград: ДИТИ НИЯУ МИФИ, 2021. – С. 36-39. – 0,2 п.л.

14. Поселеннова, О.А. Технология творческой самопрезентации в рамках профессиональной коммуникации специалиста в сфере массово-информационной деятельности: рабочая программа спецкурса и технологии реализации / О.А. Поселеннова. – Ульяновск: УлГУ, 2021. – 42 с. – Текст : непосредственный. – 3,0 п.л.