

Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
Санкт-Петербургский государственный институт
культуры

Кафедра «Социально-культурной деятельности»

И.Ф.Симонова

Репутационный менеджмент

Методическое пособие по выполнению творческого задания (эссе)

для студентов,
обучающихся по направлению подготовки «Менеджер
социально-культурной деятельности» (квалификация
(степень) «бакалавр»)

Санкт-Петербург

2016

1

Одобрено кафедрой «Социально-культурной деятельности»
02 октября 2016

Рецензенты:

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры
«Социально-культурной деятельности»

Галина Юрьевна Литвинцева.

Доктор педагогических наук, профессор кафедры
«Социально-культурной деятельности»

Александр Александрович Сукало.

Методическое пособие по выполнению творческого задания

Методическое пособие отражает сущность основных требования к выполнению творческого задания для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджер социально-культурной деятельности» (квалификация (степень) «бакалавр»), 2016. – 93 с.

Методическое пособие по выполнению творческого задания

Симонова И.Ф

2016

Содержание

Введение	4
Цели и задачи выполнения творческого задания	7
Перечень формируемых компетенций в процессе выполнения творческого задания	10
Из истории жанра эссе	13
Рекомендации по выполнению творческого задания	20
Содержание эссе	22
Форма изложения эссе	24
Формулировка темы эссе	25
Рекомендации по выбору темы	28
Темы (примерные) творческих заданий (эссе)	28
Структура эссе	63
Основные стадии выполнения творческого задания	70
Построение эссе.	76
Требования к фактическим данным и источникам	79
Источники и список используемой литературы	80
Иллюстративный материал	81
Оформление эссе	87
Основные ошибки	88
Критерии оценки творческих заданий	91

Введение

Целями изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» являются освоение основных навыков и умений управления репутацией и имиджем объектов, действующих в сфере культуры, досуга.

Основными задачами дисциплины являются овладение теоретико-терминологическим аппаратом репутационного менеджмента, современными методами анализа, технологиями построения репутации и имиджа, навыками разработки моделей имиджа, программ и проектов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- знать основные методы и средства построения репутации и имиджа и методы управления репутацией и имиджем;
- владеть расширенным спектром технологий построения репутации и имиджа, включая социально-культурные, социально-педагогические, современным инструментарием проведения консультационной работы по вопросам исследований, планирования и организации репутационного менеджмента.
- уметь осуществлять контроль, оценку эффективности репутационного менеджмента, отдельных мероприятий репутационной стратегии.

Центральным элементом программы является разработка и презентация индивидуального проекта

создания (или коррекции) имиджа. Выполнение этой работы требует освоения навыков и умений решать не только логические, но и эвристические задачи.

Для современного специалиста сферы культуры, досуга одним из важнейших квалификационных требований является способность самостоятельно находить нестандартные, принципиально новые инновационные решения профессиональных задач, умение раскрывать и развивать свои творческие возможности.

Формирование эвристических умений студентов остается одной из сложных проблем современного высшего образования в вузе культуры.

Идея формирования творческой самостоятельности актуализируется в процессе профессиональной подготовки, и особенно, выполнения творческих заданий.

Цель представленных методических рекомендаций состоит в том, чтобы оказать помощь студентам в выполнении творческих заданий в процессе изучения дисциплины «Репутационный менеджмент».

Основная задача состоит в формировании творческой самостоятельности, в развитии творческого мышления, которое характеризуется созданием субъективно нового продукта, подхода, метода.

Методическое пособие предлагает работающий метод решения творческих задач, которые придется решать в профессиональной сфере.

Методологически формирование эвристических умений студентов опирается на:

- диалектическую логику восхождения от абстрактного к конкретному (Э. В. Ильенков);
- теорию деятельности (А.Н.Леонтьев, С.Л.Рубинштейн и др.);
- возрастную психологию (В.Г.Ананьев и др.);
- психологию внимания (Ф.Н.Гоноболин, А.К.Громцева и др.);
- теории развивающего обучения (С.Л.Выготский. А.А.Занков, И.К.Эльконин и др.);
- теорию личности (А.И.Леонтьев. С.Л.Рубинштейн и др.);
- теоретические положения эвристического обучения (А.В.Хуторской).

Методические рекомендации разработаны в соответствии с действующей программой профессиональной подготовки, современных научных исследований в сфере управления репутацией и имиджем.

Цели и задачи выполнения творческого задания.

Творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Творческое задание – написание эссе - является домашним заданием и выполняется в индивидуальном порядке.

Написание эссе – это работа, которая подготавливает студентов к написанию более сложных видов академического и делового письма – доклада для публичного выступления, реферата, аналитической записки и т.д.

Эссе включено в единый государственный экзамен, а также в международные экзамены (TOEFL; IELTS; Кембриджские экзамены FCE, CAE. CPE и др.). К окончанию высшего учебного заведения у каждого студента должна быть сформирована социокультурная компетенция, необходимая для выполнения данного вида работы

Писать эссе – это умение необходимое. Написание эссе учит точности выражения мысли, позволяет открыть собственный, неповторимый стиль речи. Написание эссе поможет овладеть ценнейшим навыком перевода внутренней (непроизносимой) спонтанной, творческой речи, которая по сути является смысловым концептом, в адекватный для выражения содержания письменный

текст, где сохраниться не только сама идея, но и её нюансы.

Методические рекомендации составлены в целях унификации требований к содержанию, оформлению и оцениванию творческих работ студентов в рамках учебной дисциплины «Репутационный менеджмент».

Эссе – вид самостоятельной работы студентов, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и развития практических навыков, в том числе: самостоятельного творческого мышления, письменного изложения своих мыслей, умения выразить идею, сформулировать её, высказать авторскую точку зрения.

Творческое задание нацелено на развитие навыков самостоятельного творческого мышления, письменного, четкого формулирования идей, суждений, мнений, умения структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать текст, аргументировать выводы.

В процессе выполнения творческого задания студенту предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

Творческое задание выполняется студентом самостоятельно под руководством преподавателя кафедры «Социально-культурной деятельности».

Тему эссе студент выбирает из предлагаемого

примерного перечня направлений и формулирует индивидуально. Темы творческой работы (эссе) в одной группе совпадать не должны.

Преподаватель организует и проводит две консультации по выполнению творческого задания. Обязательной для посещения является первая консультация, в процессе которой студентов знакомят с методикой работы, подбором литературы и составлением плана.

Творческое задание (эссе) выполняется в рамках изучения тем 1.4 и 2.4.

Содержание темы 1.4.

Объекты репутации и имиджа. Субъекты репутации и имиджа

Репутация организации, репутация персональная. Классификация имиджей по объекту: понятие корпоративный и персональный имидж. Имидж территории, региона. Значение репутации и имиджа территорий. Социально-культурные факторы формирования имиджа. Имидж учреждения. Имидж персональный. Имидж профессиональный. Особенности формирования имиджа учреждений, функционирующих в сфере культуры и досуга в России и в других странах. Фактор моды в процессе формирования имиджа

Содержание темы 2.4.

Моделирование как часть технологии формирования имиджа. Виды моделей. Методы и средства построения имиджа. Программа построения репутации. Проект формирования имиджа. Выбор технологий. Потенциал социально-культурных, социально-педагогических коммуникационных, цифровых технологий.

Перечень формируемых компетенций в процессе выполнения практических работ.

ОК -1. Владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

ОК – 9. Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы.

ОК-12. Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

ПК-2. Демонстрировать знания, навыки и умения, позволяющие использовать средства, формы, методы социально-культурной деятельности для реализации имиджевых проектов (в процессе информационных, просветительских, досуговых мероприятий).

Важнейшее условие успешного выполнения практического задания: точно выбрать (из имеющихся) определение понятий *имидж* и *репутация*.

В процессе выполнения работы необходимо помнить о том, что проблема понимания смысла слова – это проблема деятельности. Репутация и имидж – это предмет деятельности, объект управления, на который можно целенаправленно воздействовать с заданным уровнем адекватности и эффективности, достигая конкретных целей. Отсутствие точного и понятного определения (что, собственно, создаем?) влечет за собой ощущение функциональной бесполезности (зачем создаем?). Иными словами, то, как студент понимает слова *репутация* и *имидж*, определяет, что именно он пытается анализировать, оценить, моделировать, проектировать, создавать.

Если смысл, значение слова понимается и употребляется не верно, то это влечет за собой ошибки, причем применительно к репутации и имиджу, речь идет о практической, публичной (в смысле - открытой) деятельности и возможно больших репутационных, имиджевых потерях.

Выполняя работу необходимо избегать употребления (в качестве синонимов или близких по значению) понятий мнение, образ и другие, заменяя ими понятия *репутация* и *имидж*.

Для выполнения задания необходимо самостоятельно выбрать наиболее точное (технологичное, понятное, простое) определение репутации или имиджа и зафиксировать его в начале

работы, письменно, указав на то, что именно это определение выбрано в качестве рабочего. Определение является обязательной частью работы.

Из истории жанра эссе.

Французское слово *эссе* (*assay* - попытка, проба, очерк) произошло от латинского *exagium*, что означает «взвешивание».¹ Истоки жанра эссе восходят к началу человеческой речи, первым устным жанрам: диалогам, диатрибам, беседам, размышлениям вслух, для которых свойственны непринужденность, легкость переходов от одной темы к другой, афористичность. Среди ранних примеров эссе можно назвать «Диалоги» Платона (V — IV вв. до н. э.)

Письменный жанр эссе зарождается в эпоху поздней античности (II—V века н. э.), когда в результате соединения искусства и науки появлялись первые образцы художественно-документальной литературы: мемуары, биографии, пассажи моралистического характера и эпистолярные произведения, в которых на первое место выходит личность автора.

Одним из первых эссе можно назвать «Размышления» личные записи римского императора Марка Аврелия Антонина, сделанные им в 70-е годы II в. н. э.

Начало жанру эссе было положено в эпоху Возрождения. К XVI веку эссе как литературный жанр окончательно сформировался в его современном виде. Создателем этого жанра принято считать французского философа и писателя М.Монтеня («Опыты», 1580 г.). М.Монтень впервые вводит слово «эссе», в значении

¹ Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М., Советский писатель, 1988, - 416 с

«опыт», «попытка» свершить нечто. «Опыты» М.Монтеня, написанные в легкой манере с частыми отклонениями от основной темы, построенные на ассоциативных связях и выдвигаемых автором постулатах, по сути, представляют форму личного выражения.

В английской литературе название жанра *essays* впервые ввел в 1597 году английский философ, историк и политический деятель Ф.Бэкон («Опыты, или Наставления нравственные и политические»). Ф.Бэкон стал первым английским эссеистом. Но слово *эссеист* (*essayist*) впервые прозвучало только в 1609 году из уст английского поэта и драматурга Б. Джонсона. Ф.Бэкон написал свои «Опыты» на латинском языке и после перевел их на английский язык. Форма изложения Ф.Бэкона, написанные ясным, сжатым, метафоричным стилем, небольшие по объему и сосредоточенные на какой-то одной теме, заметно отличается от довольно свободного, может быть, очень французского стиля М.Монтеня. Тексты Ф.Бэкона отличаются практической мудростью и точностью формулировок, характерных для политика и ученого.

Еще одним выдающимся мастером эссе был английский поэт и публицист эпохи английской революции Дж.Мильтон («Ареопагитика» и др.). Его эссе принято называть «серьезными», или «формальными». В них Дж.Мильтон довольно страстно для англичанина, но весьма аргументировано высказывал довольно оригинальные идеи, призывал к разного рода социальным реформам, установлению

либеральной системы развода, введения новой системы гуманитарного образования и т.д. Одним из первых английских эссеистов был и поэт - «метафизик» А. Коули (1618-1667 гг.), написавший «Некоторые рассуждения в форме эссе».

В начале XVIII века родилась форма периодически появляющегося эссе, которое, по сути, было газетной колонкой. Авторами этого нововведения принято считать издателей английского сатирического журнала «Спектейтор» («The Spectator» — «Зритель», 1711-1714 г.г.) публициста и драматурга Дж.Аддисона и журналиста Р.Стила. В XVIII веке в связи с развитием периодической печати эссе стало одним из основных газетно-журнальных жанров. Эссеистами, в том числе писавшими для газет и журналов были знаменитые писатели О.Голдсмит, С.Джонсон, Дж.Свифт, Г.Филдинг и др. Одним из известнейших среди них был политический деятель, писатель Ф. Д. Стэнхоуп - лорд Честерфилд («Письма к сыну», 1774).

В конце XVIII века эссе как самостоятельная литературная форма получило распространение в США, где наибольшей популярностью пользовались темы политики, религии и сатиры. Эссеистами можно назвать политика, дипломата, журналиста Б.Франклина, четвёртого президента США, одного из авторов Конституции США Дж.Мэдисона, государственного деятеля и первого министра финансов США А.Гамильтона и выдающегося писателя-романтика В.Ирвинга.

XIX век – время расцвета ежеквартальных литературных и политических журналов и субъективного эссе. Наибольшей известностью пользуются английские (Ч.Лэм, У.Хэзлитт, Т. Де Куинси) и американские (Р.У.Эмерсон, Г.Д.Торо) писатели. Жанр эссе, популярный в журналах 19 века постепенно трансформируется в то, что в современной журналистике называется «статья». Последние десятилетия XIX века дали миру двух величайших эссеистов – английского писателя Р.Л.Стивенсона, использовавшего в своих произведениях глубоко личную интонацию и американского писателя М.Твена, эссе которого отличались простым разговорным языком. Одними из самых известных русских эссеистов XIX века являются А.И.Герцен («С того берега») и Ф.М.Достоевский («Дневник писателя»).

XX век так же дал блистательных авторов – эссеистов. Среди них ирландский писатель Р.Линд, один из лучших американских писателей – юмористов Э.Б.Уайт, который снискал широкую популярность не только благодаря своим сказкам, рассказам и афоризмам, но также печатавшимся в колонке редактора в журнале «Нью-Йоркер» («New Yorker») сатирическими зарисовками на тему жизни большого города.

Среди эссеистов XX века следует отметить англо-американского поэта, критика, историка культуры и драматурга Т.С.Элиота, философа и гуманиста Б.Рассела, классика американской философии

Дж.Сантаяну, английского писателя и публициста Дж.Оруэлла, русского и американского писателя, поэта, переводчика В.В.Набокова, британскую писательницу, литературного критика В. Вулф, журналиста и писателя Г.К.Честертона и др.

XX век стал временем возрождения и необыкновенной популярности живого и жизненного жанра эссе. Особенно это касается французской, немецкой, английской, американской литературе. Во Франции XX века эссе практиковали писатели А.Жид, П.Валери, Ф.Мориак, А.Мальро, А.Моруа и т.д., а также философы-экзистенциалисты Ж.-П.Сартр, А.Камю, С.де Бовуар и др.

Однако, нужно обратить внимание на то, что в понятие эссе в европейской и американской литературе называют также очерки и статьи на определенную философскую, историческую, публицистическую, литературно-критическую или беллетристическую тему, трактующую в субъективном освещении и в свободной форме какое-либо явление или событие, на которое и делается акцент. В строгом же понимании эссе это размышления автора об интересующих *его самого* вопросах.

Среди русских эссеистов рубежа XIX-XX веков необходимо выделить творчество писателя-публициста В.В.Розанова («Уединенное», 1912) и философа-экзистенциалиста Л.И.Шестов (по рождению. - И.Л.Шварцман). Большая часть научно-литературного наследия Л.И.Шестова запечатлена в форме философских эссе – «странствований по душам»

библейского персонажа Авраама, писателей Ф.М.Достоевского, Л.Н.Толстого, А.П.Чехова, философов Сократа, Платона, Ф.В.Ницше, Б.Паскаля и т.д.

В XX веке блестящие эссе (сборник эссе «Символизм») писали русские поэт, критики А.Белый (Б.Н.Бугаев) и Д.С.Мережковский. Д.С.Мережковский открыл жанр эссе в русской критике. Его субъективизм в статьях об А.С.Пушкине, Н.В.Гоголе, Ф.И.Тютчеве и особенно о М.Ю.Лермонтове стали образцами классического эссе.

Поэт, публицист, блестящий журналист И.Г.Эренбург был автором политического (антибольшевистского, 1918) эссе и портретных зарисовках русских и французских поэтов, писателей (К.Бальмонт, Б.Савинков (Ропшин), А.А.Ахматова, М.Цветаева, А.Н.Толстой, А.Спир и Л.Блуа). Среди наиболее известных эссе И.Г.Эренбурга можно назвать «Портреты современных поэтов», «Тринадцать трубок». Прекрасным эссеистом XX века были литературовед, критик, киновед и киносценарист В.Б.Шкловский («Гамбургский счет») и писатель К.Г.Паустовский («Радость творчества»).

В XXI веке эссе становится всё более популярным жанром. По мнению философа, филолога, заслуженного профессора теории культуры М.Н.Эпштейна, «доподлинно, всерьез, до конца стоит

на почве настоящей действительности». ² Оно «никуда не уводит, а, напротив, приводит любой самый смелый вымысел, головокружительную фантазию, ошеломительную гипотезу, далеко идущую концепцию — внутрь той действительности, откуда они изошли, в подлинное время и незавершенную ситуацию авторской жизни». ³ «Эссе может быть философским, беллетристическим, критическим, историческим, автобиографическим... но, суть в том, что оно, как правило, бывает всем сразу. Указанные свойства могут по-разному соотноситься в нем, что-то преобладать, что-то отступать в сторону, но в принципе все существующие области сознания способны превращаться в составляющие эссеистического произведения». ⁴

Включая в число своих возможностей, научные и художественные способы постижения мира, не ограничиваясь каким-то одним из них, постоянно переступая их границы, эссе, обретает свою жанровую или, как определил М.Н.Эпштейн, свою «сверхжанровую природу». ⁵

² Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М., Советский писатель, 1988, - 416 с С.340.

³ Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М., Советский писатель, 1988, - 416 с С.340.

⁴ Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М., Советский писатель, 1988, - 416 с С.340.

⁵ Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М., Советский писатель, 1988, - 416 с С.341.

Рекомендации по выполнению творческого задания.

Филологи называют жанр эссе (также как жанр автобиографии, биографии, дневника, мемуаров, очерков и т.д.) «литературой факта».⁶ Эссе, как художественно-документальный жанр следует рассматривать как «особую категорию письменности, стоящую на грани искусства и науки и вбирающую в себя существенные черты последних».⁷

Что такое эссе?

Единого и общепринятого определения того, что такое эссе – нет.

Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.⁸

⁶ Лямзина Т.Ю. Жанр эссе (К проблеме формирования теории). Электронный ресурс. Режим доступа [psujourn.narod.ru] Дата обращения: 01.09.2012.

⁷ Цвайг Г.М. Развитие жанров художественно-документальной литературы // Художественно-документальные жанры. (Вопросы теории и истории). Иваново, 1970. - С. 4-8.

⁸ Литературная энциклопедия терминов и понятий / гл. ред. и сост. А.Н. Николюкин. – М.: НПК «Интелвак», 2001.

Важнейшие признаки:

- прозаическое сочинение небольшого объема, свободно трактующее определенную проблему, имеющее свободную композицию;
- наличие конкретной темы или вопроса (прозаическое произведение, посвященное анализу широкого круга идей и вопросов, по определению не может быть названо эссе);
- выражение индивидуальных впечатлений и соображений по конкретному поводу или вопросу, которое заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета;
- новое, оригинальное и субъективно окрашенное выражение авторской позиции, которое может иметь философский, культурологический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный, беллетристический характер.

Каким может быть эссе?

(Краткая классификация жанра).

«Описательное» эссе.

Фокус в таком эссе ставится на описании ситуации. Описательное эссе – это попытка указать направление, путь решения проблемы, например, то как должно быть выполнено некое действие.

«Причинно-следственное» эссе.

Фокус в таком эссе ставится на условиях или ситуации. Причинно-следственное эссе – это попытка ответить на

следующие вопросы: Почему? (причина), или Каков результат? (эффект).

«Сравнивающее» эссе.

Фокус в таком эссе ставится на фиксации различия и/или сходства между явлениями, событиями, ситуациями, людьми, местами, вещами, идеями и т.д.

Аргументирующее (контр-аргументирующее) эссе.

Фокус в таком эссе ставится на обоснованном мнении относительно явления, события, ситуации и т.д. В аргументирующем (контр-аргументирующем) эссе можно представить тезис и опровергать его. Можно сосредоточиться на аргументах, поддерживающих тезис.

Объем работы.

Основным признаком эссе является небольшой объем текста. Каких-либо жестких границ не устанавливается. Общий объем работы должен быть от 5 до 10 страниц без иллюстраций. Иллюстрации могут составлять до 100% текста. Об правилах подбора и оформления иллюстраций – далее.

Содержание эссе.

Эссе – это авторское высказывание, обращенное к более или менее подготовленному читателю. Такой жанр позволяет студенту, не увязая в деталях и объяснениях, делать открытия, говорить о новом.

От автора эссе никто не ждет определенного или окончательного ответа на поставленный вопрос, или исчерпывающего осмысления предмета.

Не стоит стремиться удивить, или поразить воображение всех «любой ценой». Эссе всегда субъективный жанр. Оно не может и не должно понравиться всем. Оценка эссе также, как правило, субъективна. И в этом нет ничего драматического.

Нужно избегать вычурности, надуманности и банальности, но при этом, привлечь внимание, проявить склонность к парадоксам, заставляющим читателя задуматься, удивится. Например, началом эссе может быть афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, сталкивающее бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы. Можно начать с главной идеи или яркой фразы, использовать сравнительную аллгорию, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой.

Эссе должно быть свободно по композиции, ориентированно на субъективность, а также обладать внутренним смысловым единством, согласованностью основных тезисов, непротиворечивостью авторских суждений, выражающих основную идею.

Изложение мыслей должно быть непринужденным, ориентированным на разговорную речь.

При выполнении работы необходимо избегать употребления сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, вульгарности, намеренно усложненных, неясных, излишне научных, энциклопедических, строгих построений.

Успех в написании эссе во многом достигается за счет выражения собственного понимания и авторской

позиции, искренности, заинтересованности, личностного отношения к описываемым событиям, ситуации, состоянию и т.д.

Эссе должно содержать/включать:

- четкое изложение сути поставленной автором проблемы;
- самостоятельно проведенный анализ поставленной проблемы с использованием соответствующего, выбранного автором инструментария;
- выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Дополнительно, на основании самостоятельного решения, студент может включать:

- анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме;
- анализ материалов из средств массовой информации;
- подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями;
- подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему.
- иллюстративный материал.

Форма изложения эссе.

Эссе - это выражение авторского мнения, отклик на событие, состояние, явление. Поэтому форма изложения не имеет жесткого формального регламента и скорее, является свободной. При выполнении работы

необходимо помнить о том, что авторское мнение, суждения, мысли, чувства, взгляды, личный опыт и переживания должны иметь полное и адекватное выражение в тексте. Они не должны зависеть от компетентных суждений специалистов или совпадать с общепринятыми и наиболее распространенными мнениями.

Важнейшее условие для успешного выполнения работы является соответствие её жанру эссе.

Работы, выполненные в других жанрах (рефераты, доклады и т.д.) - не принимаются к проверке.

Формулировка темы эссе.

Важнейшей характеристикой творческой работы (эссе) является конкретно сформулированная тема.

Эссе – это ответ на один вопрос. Оно не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает и развивает только одну мысль, идею. Основную идею, мысль тема должна раскрывать многоаспектно, но не исчерпывающе.

Трактовка темы должна быть подчеркнута субъективной. В содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора - его мировоззрение, мысли и чувства, что в значительной мере раскрывается через тему.

Из перечня приведенных примерных тем, студент должен выбрать одну, как рекомендуемое направление рассуждений. Также студент может сформулировать тему самостоятельно в рамках изучаемого материала (тема 1.4, тема 2.4.). При этом, окончательная

формулировка темы должна быть авторской, оригинальной, т.е. не заимствованной. Тема должна быть согласована с преподавателем.

Тема может быть сформулирована как вопрос, как утверждение, как сомнение. Она должна побуждать к размышлению. Прежде всего, необходимо представить, о чем есть желание написать, или что интересно рассказать. Проще выбирать из того, что заставило задуматься, удивило, поразило или шокировало.

При оценке работы учитывается тема, то, как она сформулирована и то, насколько интересно и оригинально она раскрыта. Краткое обобщенное обозначение темы – это заглавие (заголовок) текста. Эссе не может содержать слишком много тем или идей (мыслей), так как каждая из них потребует выделения в раздел (главу) или подраздел (параграф).

Свободная тема эссе требует свободы. Свободы внутренней. Свободы независимой, творческой и динамичной мысли.

Что такое внутренняя свобода?

*Успех - это движение от неуспеха к неуспеху
без потери энтузиазма".*

У. Черчилль

(Нобелевский лауреат по литературе).

Внутренняя свобода личности - это состояние, при котором субъект реализует свое «я» в процессе самопознания, саморазвития, самоопределения, что находит свое выражение в индивидуализации отношений

к окружающему миру, в возможности осуществления выборов и действиях, соответствующих им, в независимой оценке и мнениях. Внутренняя свобода выражается в преодолении внутренних и внешних барьеров.

Литература по теме «внутренняя свобода личности».

1. Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества. М.: Правда, 1989. -607 с
2. Берлин И. Философия свободы. Европа. М.: Новое литературное обозрение, 2001.
3. Мысливченко А.Г. Феномен внутренней свободы / О человеческом в человеке / Под ред. И.Т. Фролова. М.: Политиздат, 1991. - 230. с.
4. Ноговицын О.М. Ступени свободы: Логико-исторический анализ категории свободы. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1990. – 192 с. (логико-исторический анализ категории свободы).
5. Фромм Э. Бегство от свободы: Пер. с англ. / Под ред. П.С. Гуревича-М.: Прогрес, 1995. 256 с.

Темы (примерные) творческих заданий (эссе)

Рекомендации по выбору темы и её конкретизации.

Прежде, чем выбрать тему, необходимо прочесть все предложенные далее варианты. Темы имеют различный уровень сложности, направленность и предлагают только направление. Конкретную тему студент должен сформулировать самостоятельно.

В процессе формулирования конкретной темы:

- понятие *формирование* может быть заменено на: *создание, коррекция, оптимизация* в зависимости от реального состояния, целей и т.д.;
- перед словом *имидж* может быть использовано: *позитивного, привлекательного, благоприятного* в зависимости от целей, с акцентом на достижение конкретных целей, использованием соответствующих механизмов и средств;
- словосочетание «учреждение социально-культурной сферы» может быть уточнено как «культурно-досуговой сферы», или согласно принятой классификации учреждений: театрально-зрелищного, спортивно-развлекательного и т.д.
- понятие «учреждение» может быть уточнено в соответствии с действующей классификацией.
- понятие «коммерческой организации» может быть заменено на: общественной, добровольческой, профсоюзной, политической, а также государственного учреждения и т.д.

Тема по плану 1.4.

***Тема: Имидж территории: в начале была сказка.
(Сказки, мифы, легенды места в основе имиджа)***

Необходимо раскрыть понятие символический потенциал территории, исследовать историю его формирования, роль в построении имиджа, парадоксы и проблемы использования. Разграничить понятия *сказки, мифы, легенды* места. Допустимо выбрать одно из них.

Контрольные вопросы

1. Понятия *сказка, миф, легенда, предание*: классификация и различия.
2. Понятия *топонимика, гидронимика*.
3. Понятие «имидж региона, территории (или иное – по выбору в рамках темы): основные функции и значение.
4. Структура имиджа региона (территории, или иное – по выбору в рамках темы)
5. Место устного и письменного народного творчества (сказки, легенды, мифы) в структуре имиджа региона, территории (или иное – по выбору в рамках темы)
6. Понятие *современный миф* и его место в структуре имиджа региона, территории, (или иное – по выбору в рамках темы)
7. Социально-культурные факторы формирования имиджа региона, территории (или иное – по выбору в рамках темы)

Литература

1. Бобурова А. А. Сказка и миф: различия и

единство// Современные проблемы психологии семьи: феномены, методы, концепции. Вып. 5. – СПб.: Изд-во АНО «ИПП», 2011. – С. 12-18.

2. Горбаневский М.В. Из опыта культурно-исторического анализа топонимии: русские ойконимы и православие // Топонимия и общество. М., 1989. С. 11–34.
3. Матвеев А.К. Собственно русская топонимия как источник сведений о древнем населении Севера европейской части России // Известия Уральского государственного университета. 2004. № 33. С. 5–11.
4. Соколова В.К. Типы восточнославянских топонимических преданий. М.: Славянский фольклор, 1972. С. 202–233.
5. Шкуратов В.А. Историческая психология. Введение в историческую психологию. – 3-е, расширенное издание. – М.: КРЕДО, 2015. – 244 с.
6. Источники под общим названием «Топонимические предания» различных регионов, территорий.

Тема: Имидж территории (по выбору – региона, учреждения, персоны): взаимовлияние мифов и реальности.

Необходимо раскрыть понятие *имидж территории*, понятия *миф*, *реальность*, роль мифов и реальности, их взаимовлияние. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятие «имидж региона, территории, персоны (или иное – по выбору в рамках темы): основные функции и значение.
2. Структура имиджа региона (территории, или иное – по выбору в рамках темы)
3. Понятия *миф*, *легенда*: классификация и различия.
4. Понятие *реальность* и его отличие от понятий *миф* и *легенда*.
5. Место легенды, мифа в структуре имиджа региона, территории, персоны (или иное – по выбору в рамках темы)
6. Понятие *современный миф* и его место в структуре имиджа региона, территории, персоны (или иное – по выбору в рамках темы)
7. Социально-культурные факторы формирования имиджа региона, территории (или иное – по выбору в рамках темы)

Литература

1. Галанина Е.В. Миф как реальность и реальность как миф: мифологические основания современной культуры. 2013. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.monographies.ru/en/book/view?id=173>
2. Кэмпбелл Дж. Мифы, в которых нам жить. Пер. с англ. Кирилл Семенов. К.: «София»; М.: ИД «Гелиос», 2002.
3. Оводова, С. Н. Идея реальности в философских

понятиях и метафорах / С.Н. Оводова // Омский научный вестник. – 2013. – № 4 (121). – С. 101–105.

4. Паин Э.А. Миф и социальная реальность. // Общественные науки и современность. 2007. №4.
5. Чернышева А.В. Современное состояние советской мифологии. Современная российская мифология. Серия «Традиция-текст-фольклор: Типология и семиотика». М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2005.
6. Чернышева А.В. Мифологизация реальности и реальность мифа в культуре информационного общества//Гуманитарный вестник, 2014, вып. 1. - [Электронный ресурс] -Режим доступа. - URL: [http:// hmbul.bmstu.ru/ catalog/cult/hidden/157.html](http://hmbul.bmstu.ru/catalog/cult/hidden/157.html) (дата обращения 15.03.2015).

Тема: Имидж деревни: есть ли такие слова?

Необходимо раскрыть понятие *имидж сельского поселения (деревни)*, механизмы и условия его формирования. Описать на реальном примере существующее положение, основные проблемы, произвести сравнительный анализ имиджей сельских поселений (не более двух) в разных регионах Российской Федерации, или сравнительный анализ с европейскими сельскими поселениями. Необходимо сравнивать близкие по следующим условиям поселения.

Исходные данные.

- климатические условия;

- историко-культурный потенциал;
- отдаленность (сложная транспортная доступность);
- удаленность (сопоставимая удаленность от крупных развивающихся культурных центров, крупных городов и т.д.). Необходимо назвать отобранные критерии и осуществлять анализ (сравнение) не выходя за их рамки.

Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Типология населенных пунктов в РФ (городские и сельские).
2. Функциональная классификация сельских населенных пунктов. См. схема 1.
3. Имидж, имидж населенного пункта.
4. Особенности и основные характеристики сельских населенных пунктов в РФ.
5. Особенности формирования имиджа сельских населенных пунктов в РФ.
6. Функции имиджа сельских населенных пунктов.

Литература

1. Алексеев А.И. Многоликая деревня: (население и территория). М.:Мысль, 1990. – 266 с.
2. Город и деревня в Европейской России: сто лет перемен: монографический сборник памяти В. П. Семёнова Тян-Шанского. М.: ОГИ, 2001. -560с.
3. Дмитриевский Ю.Д. Типы сельской местности и сельского расселения // География и природные

ресурсы, 1989, №3. С.108-115.

4. Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Методология и методика системного изучения советской деревни. Новосибирск: Наука. Сиб.отдние, 1980.- 344с.
5. Михайлов Ю.П. Сельская местность в социально-территориальной структуре России и её проблемы // География и природные ресурсы, 2000, №3
6. Местное самоуправление и гражданское участие в сельской России//Проект Всемирного банка реконструкции и развития / Отчет о реализации проекта (на рус.яз). – М.:CAF Россия, 2007. – 84 с.: ил. Электронный ресурс. Режим доступа: elibrary.ru/item.asp?id=16751210

Дополнительная информация:

Схема 1.



Тема: Три креативные идеи для одного имиджа (по выбору – региона, учреждения, персоны).

Необходимо раскрыть понятие *имидж* (по выбору –

региона, учреждения, персоны), понятие *креативная идея*. Определить механизмы и условия поиска креативной идеи для построения имиджа, условия реализации, произвести прогноз развития ситуации после реализации идей. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Определить понятия *идея, новая идея, креативная идея*.
2. Основные механизмы поиска новых идей для имиджа.
3. Определить понятие *выбор, оптимальный выбор*.
4. Определить понятие *имидж*, а также (по выбору, в зависимости от темы) - *имидж региона, учреждения, персоны*.

Литература

1. Голубова В.М. Исследование природы креативного мышления и креативности личности// *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 2-5. – С. 1067-1071
2. Блинов О.Г. Роль креативного менеджмента в формировании положительного имиджа региона. Электронный ресурс. Режим доступа: ieie.su/assets/granberg2016/files/blinov.pdf
3. Дронова, Т.А. Формирование интегрально-креативного стиля мышления будущих педагогов в образовательной среде вуза: монография / Т.А. Дронова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательство Московского психолого-социального института;

Воронеж:Издательство НПО «МОДЭК», 2008. – 368 с.

4. Макаренко О.Г. Креативный менеджмент : учебное пособие / О. Г. Макаренко, В. Н. Лазарев. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 154 с.
5. Симонова И.Ф. Реализация программы формирования позитивного имиджа как креативная педагогическая практика// Креативные технологии в социально-культурном пространстве. – Санкт–Петербург, 2013. С.50-54

Тема: Стихийный имидж: неосмысленный и беспощадный? (по выбору – региона, учреждения, персоны)

Необходимо раскрыть понятие *имидж (по выбору – региона, учреждения, персоны)*, понятия *имидж, стихийный имидж, неосмысленный, беспощадный*. Определить условия построения стихийного имиджа, произвести прогноз развития ситуации на конкретном примере (не более двух). Сопоставить примеры в динамике (в том случае, если выбрано более одного). Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятие *имидж*, понятие *имидж региона* (в зависимости от выбранной темы: учреждения, персоны).
2. Понятие *целенаправленно формируемый имидж и стихийный имидж*.
3. Опасности стихийного процесса формирования

имиджа.

Литература

1. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – Москва: Академ. проект, 2007. – 400 с. С 252-257
2. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. словарь / А.Ю. Панасюк. – Москва: Рипол Классик, 2007. – 768 с. С. 418
3. Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза». Дис. канд.пед.наук 130005. Спб, -237 с. С.43-117.
4. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. -304 с. С. 67-87.

Тема: Королевская битва: имиджи учреждений культуры на насыщенном рынке (на примере двух сопоставимых учреждений культуры, досуга).

Необходимо раскрыть понятие *имидж учреждения*, понятия *имидж*, *стихийный имидж*, *положительный*, *благоприятный*, *привлекательный имидж*. Определить условия построения имиджа учреждения в условиях насыщенного рынка (крупный город – на выбор). Описать общий контекст (количество однотипных учреждений, их продукты и сервис). Описать структуру их имиджа и осуществить оценочное сравнение. Произвести прогноз развития ситуации на конкретном

примере (не более двух учреждений). Сопоставить примеры в динамике (в том случае, если выбрано более одного). Может ли учреждение успешно конкурировать на насыщенном рынке опираясь только на имидж?

Исходные данные:

- схожие продукты, услуги;
- сопоставимый профессиональный состав, технологический потенциал;
- сопоставимая транспортная доступность;
- схожая ценовая политика;
- месторасположение.

Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятия *имидж, имидж учреждения культуры* (досуга и др.).
2. Понятия *рынок, насыщенный рынок, конкуренция*.
3. Понятия *стихийный имидж, положительный, благоприятный, привлекательный имидж* (применительно к учреждению).
4. Структура имиджа учреждения культуры (досуга).
5. Особенности и функции формирования имиджа учреждения культуры (досуга).
6. Основные критерии оценки для сравнения имиджей.

Литература

1. Симонова И.Ф. Имидж учреждения культурно-досуговой сферы: проблемы теории и практики// East European Scientific Journal

Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe 1 (1) 2015. С.66-69

2. Симонова И.Ф. Особенности формирования имиджа учреждения культурно-досуговой сферы// V Международная научно-практическая конференцияСб. «Научные исследования: от теории к практике» 4 (5) 2015-С.270-273
3. Симонова И.Ф. Пространство возможностей: функции имиджа учреждения социально-культурной сферы//<http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1> б/м
4. Симонова И.Ф. Критерии и методы диагностики имиджа учреждения социально-культурной сферы/Электронный ресурс. Режим допуска: <http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1> б/м

Тема: Ракета в мире дирижаблей: форсажный имидж (применительно к имиджу учреждения, компании, персоны)

(тема высокого уровня сложности)

Необходимо раскрыть понятие *имидж* (по выбору – учреждения, компании, персоны), понятия *форсажный имидж*. Определить внешние (субъективные и объективные) и внутренние (субъективные и объективные) условия, диктующие необходимость построения форсажного имиджа. Форсаж, как переходный процесс, временный режим. Условия и основные принципы перехода имиджа в требуемый

(обычный) режим. Произвести прогноз развития ситуации на конкретном примере (не более двух учреждений, или персон). Сопоставить примеры в динамике развития форсажного имиджа (в том случае, если выбрано более одного). Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятия *имидж*, *имидж учреждения* (или иное – в зависимости от выбора).
2. Понятие *форсажный имидж*.
3. Основные причины, мотивы и условия построения форсажного имиджа.
4. Опасности и риски форсажного имиджа.
5. Методика перехода из форсажного состояния в обычный (плановый) режим построения (поддержки) имидж.

Литература

1. Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа / В.Г. Горчакова – Москва : Эксмо, 2007. – 208 с.
2. Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа / В.Г. Горчакова – Москва : Эксмо, 2007. – 208 с.

С.25

Тема: Имидж специалиста (по выбору – руководителя) учреждения (компании) в сфере культуры: свобода или несвобода.

Необходимо раскрыть основные понятия *имидж (по выбору – учреждения, компании, руководителя)*, понятия

свобода личности, несвобода. Определить основные границы свободы личной в процессе построения имиджа. эффективно используемые в процессе создания имиджа. Имидж как точка на шкале «свобода» - «не свобода». Выделить основные особенности сферы деятельности с точки зрения свободного самовыражения (вербального, невербального), а также риски, условия неопределенности. Осуществить сравнительный анализ объектов со схожими исходными данными. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятия *имидж персоны, имидж специалиста (руководителя)*.
2. Понятия *свобода, свобода личности, несвобода*.
3. Влияние сферы деятельности и положения в иерархии на имидж персоны (специалиста, руководителя).
4. Структура имиджа персоны (руководителя, специалиста)
5. Функции имиджа персоны (руководителя, специалиста).
6. Основные критерии оценки имиджа персоны.

Литература

3. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – Москва: Академ. проект, 2007. – 400 с. С 252-257
4. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие./Е.Б.Перельгина - М.: Аспект Пресс, 2002.-223 с.

5. Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза». Дис. канд.пед.наук 130005. Спб, -237 с. О функциях – С.40-44. О структуре С.22-39, 79-80. Об особенностях формирования имиджа С.48-52.
6. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. -304 с.
7. Симонова И.Ф. Особенности формирования имиджа в период юности в аспекте педагогических технологий//«Novation» №3 (июнь) 2016 С. 52-55 Фонд содействия научному развитию. (Болгария)
8. Симонова И.Ф. Формирование персонального имиджа на разных этапах профессионального самоопределения: анализ педагогической практики// Scientia. Психология и Педагогика. № 1. 2016. – С 15-18
9. Симонова И.Ф. Структура персонального имиджа: социально-педагогический аспект// Наука в современном мире. Иркутск. 2016 - С. 78-81
10. Симонова И.Ф. Модель персонального имиджа в аспекте информационного подхода// Единый всероссийский научный вестник. № 6. 2016. –С. 121-124
11. Симонова И.Ф. Формирование персонального имиджа: особенности и преимущества социально-педагогического подхода// Евразийский союз ученых (ЕСУ)//Ежемесячный журнал №11(20)/2015 С.61-64
12. Симонова И.Ф. Технология формирования

имиджа будущего специалиста: опыт интегративного подхода// Воспитание и обучение: теория, методика и практика : материалы III Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 8 мая 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — С. 275–278

Тема: Опасное сближение? Имидж и «Я настоящий».
(тема высокого уровня сложности)

Необходимо раскрыть основные понятия имидж персоны, понятия Я, социальная сущность человека, настоящесть, истинность, двойничество, опасность. Опереться можно на «Я-концепцию» в трактовке Р.Бернса, понимаемую как «совокупность всех представлений индивида о себе», состоящих из трех установочных компонентов – когнитивного, аффективного и поведенческого: 1) образ «Я» есть описательная составляющая Я-концепции; 2) самооценка есть отношение к себе и отдельным своим качествам; 3) поведенческие реакции, вызванные образом «Я» и самоотношением образуют поведенческую составляющую.

Определить вариативность имиджа в контексте множественности Я. К. Герген, рассматривая проблематику множественности, указывал, что в эпоху постмодернизма центральным термином становится понимание множественности «Я»

Определить основные проблемы сохранения своего Я в

процессе построения имиджа, условия преодоления конфликта имиджа и Я. Осуществить сравнительный анализ объектов со схожими исходными данными, или иллюстрировать работу одним примером. Описать основной конфликт между социальной сущностью и создаваемым имиджем. Найти механизмы преодоления конфликта/ решения проблемы. Может быть, ответить на вопрос: как создать новый имидж и остаться собой? Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятия *имидж персоны, социальная сущность личности, симулякр*.
2. Основные положения Я-концепции (в трактовке Р.Бернса)
3. Структура имиджа персоны (руководителя, специалиста)
4. Функции имиджа персоны (руководителя, специалиста).
5. Основные критерии оценки имиджа персоны.
6. Основные положения теории социального конструктивизма (множественности) Я. К. Гегена.
7. Понятие *постмодернизм*.
8. Проблема *«двойничества», настоящести*

Литература

1. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб. пособие для вузов

- М.: Аспект Пресс, 2002. - 287 с. О социальном конструкционизме К. Гургена - С. 240-
2. Бернс Р. Что такое Я–концепция / Р. Бернс // Психология самосознания : хрестоматия по социальной психологии / ред. Д.Я. Райгородский. – Самара, 2003. – 672 с.
 3. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – Москва: Академ. проект, 2007. – 400 с. С 252-257
 4. Келли Дж. Теория личности: психология личных конструктов. СПб.: Речь, 2000.
 5. Леонтьев А.Н. Психология образа // Вестн.МГУ. Сер. 14. Психология. 1979. № 2. С. 3—13.
 6. Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза». Дис. канд.пед.наук 130005. Спб, -237 с. О функциях – С.40-44. О структуре С.22-39, 79-80. Об особенностях формирования имиджа С.48-52.

Тема: Имидж в системе личных ценностей (антиценностей).

Необходимо раскрыть основные понятия *имидж персоны*, понятия *ценности, личные ценности, антиценности*. Определить место имиджа в системе ценностей современного человека (в целом) и в системе ценностей отдельного человека (на конкретном примере, допустимо на основании беседы, интервью, наблюдений). Осуществить сравнительный анализ людей со схожими исходными данными (пол, возраст,

социальный, культурный, образовательный статус, место жительства, страна и т.д.), место имиджа в их системе ценностей. Иллюстрировать рассуждения можно и одним примером. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятия *имидж, имидж персоны*.
2. Понятия *ценности, система ценностей, личные ценности, антиценности*.
3. Проблема построения имиджа в аспекте практической этики.

Литература

1. Серый А.В. Система личностных смыслов: структура, функции, динамика / А. В. Серый; науч. ред. М. Яницкий. - Кемерово:, 2004. -. 272 с
2. Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза». Дис. канд.пед.наук 130005. Спб, -237 с. С. 16, С.47, С.56, С.67, С.75, С.155.
3. Симонова И.Ф. Педагогические условия формирования имиджа будущего специалиста социально-культурной деятельности как профессиональной ценности//2014 <http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1> б/м

Тема (по учебному плану) 2.4.

Тема: Сообщение на глобальном уровне (самопрезентация в виртуальном пространстве).

Необходимо раскрыть основные понятия *самопрезентация, идентичность, виртуальное пространство, интернет-ресурс*. Выделить основные виды и цели самопрезентации в виртуальном пространстве. Виртуальная презентация, как эксперимент с идентичностью и как конструирование новой реальности. Провести анализ самопрезентации в виртуальном пространстве (сравнительный анализ на примере двух ситуаций). Выявить основные зависимости между виртуальной идентификацией и реальной идентификацией личности, связь виртуальной самопрезентации с реальной идентичностью. Описать возможные пути достижения компромисса/совпадения/решения. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятия *формирование имиджа, самопрезентация, виртуальная самопрезентация*.
2. Понятие идентичность,
3. Основные различия между самопрезентацией и саморекламой.
4. Основные функции самопрезентации.
5. Виды стратегий и тактик самопрезентации.
6. Основные средства и ресурсы виртуальной самопрезентации.
7. Преимущества и риски виртуальной самопрезентации

Литература для подготовки.

1. Александрова А.В. Презентация идентичности и идентификации: визуальные аспекты культурного кода.//в сб. Визуальные коды культуры//ред. В.Л. Круткина, Т.А. Власовой.- Ижевск, 2007. – 257 с.
2. Гоффман Э. Представление себя другим. – Современная зарубежная социальная психология. М., 1984. С. 188-196.
3. Иванов Д.В. Виртуализация общества. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. - 96 с
4. Крылов Е.Ю. Обучение студентов осуществлению успешной самопрезентации и коммуникации в интернете как фактор повышения качества образования в гуманитарном вузе. ООО «Инсома – Пресс», 2011- С. 99-104
5. Крылов Е.Ю. Эффективная самопрезентация в виртуальной среде как важное условие успешной социализации современного студента //Психология. Социология. Педагогика. - М., 2012.- №2.- С. 34-36
6. Михайлова. Е.В. Самопрезентация. Теории, исследования, тренинг. СПб, Речь, 2007
7. Федорова Н.А. Проблема самопрезентации в современной социальной психологии: использование понятийного аппарата теории деятельности.
http://www.ipras.ru/cntnt/rus/dop_dokume/mezhdunaro/nauchnye_m/razdel_3_a/fedorova_n.html
8. Пикулёва О. А. Самопрезентация личности через призму профессиональной деятельности менеджеров (раздел в коллективной монографии) / О. А. Пикулёва И Личность профессионала в современном мире / отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. - М. : Изд-во Институт психологин

РАН, 2013. - Труды Института психологии РАН. - С. 786-810.

Тема: Персональный имидж: результат везения или результатом упражнения.

Необходимо раскрыть основные понятия *персональный имидж, конструирование имиджа, везение, удача, упражнение*. Выделить основные цели построения персонального имиджа. Персональный имидж: основные детерминанты, алгоритмы формирования, варианты интерпретации. Определить и сформулировать возможные креативные варианты имиджа (идею перевоплощения, самовыражения). Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятие персональный имидж.
2. Понятие *конструирование имиджа* (сравнительная характеристика с понятием *формирование имиджа*).
3. Понятия *везение, удача, успех*: основные различия.
4. Классификация *целей* построения персонального имиджа, основные цели.
5. Понятия *интерпретация, детерминация*.
6. Понятия *перевоплощение, самовыражение*.

Литература для подготовки.

4. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – Москва: Академ. проект, 2007. – 400 с. С 252-257
5. Гоффман Э. Представление себя другим. –

Современная зарубежная социальная психология.
М., 1984. С. 188-196.

6. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие./Е.Б.Перельгина - М.: Аспект Пресс, 2002.-223 с.
7. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. -304 с.
8. Симонова И.Ф. Особенности формирования имиджа в период юности в аспекте педагогических технологий//«Novation» №3 (июнь) 2016 С. 52-55 Фонд содействия научному развитию. (Болгария)
9. Симонова И.Ф. Формирование персонального имиджа на разных этапах профессионального самоопределения: анализ педагогической практики// Scientia. Психология и Педагогика. № 1. 2016. – С 15-18
10. Симонова И.Ф. Структура персонального имиджа: социально-педагогический аспект// Наука в современном мире. Иркутск. 2016 - С. 78-81
11. Симонова И.Ф. Модель персонального имиджа в аспекте информационного подхода// Единый всероссийский научный вестник. № 6. 2016. –С. 121-124
12. Симонова И.Ф. Формирование персонального имиджа: особенности и преимущества социально-педагогического подхода// Евразийский союз ученых (ЕСУ)//Ежемесячный журнал №11(20)/2015 С.61-64

13. Симонова И.Ф. Технология формирования имиджа будущего специалиста: опыт интегративного подхода// Воспитание и обучение: теория, методика и практика : материалы III Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 8 мая 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — С. 275–278

***Тема: Имидж – иллюзии или способ существования?
(на примере учреждения, компании, персоны,
действующих в сфере культуры, досуга)
(тема высокого уровня сложности)***

Необходимо раскрыть основные используемые в тексте понятия *имидж, идеал, копия, симулякр, иллюзии, обыденность, конструирование имиджа, впечатление*. Те понятия, которые не используются, называть и раскрывать не надо. Выделить основные цели построения имиджа. Определить основные детерминанты, алгоритмы формирования имиджа, варианты интерпретации. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Определить понятия *имидж, копия, симулякр*,
2. Определить понятие *конструирование имиджа*.
3. Определить понятия *идеал, псевдоидеал, иллюзии, обыденность, впечатление*.
4. Основные характеристики имиджа.
5. Что такое адекватный и неадекватный имидж.

6. Имидж – это умение генерировать ложные символы, привлекательные для людей?
7. Имидж – это обыденный и привычный обман?
8. Имидж – это псевдоидеал?

Дополнительная информация:

В качестве точки для начала размышлений можно использовать идеи Д. Бурстина. В книге «Имидж, или Что случилось с американской мечтой» он определяет имидж как иллюзорную форму сознания, основанную на псевдофактах, неадекватном, упрощенном изображении реальности: «Мы так привыкли к нашим иллюзиям, что принимаем их за реальность. Мы нуждаемся в них, мы стремимся чтобы их было больше, чтобы они были самыми важными, живыми и интересными. Это мир, созданный нами самими, мир имиджа». Имидж — это псевдоидеал, он основан на псевдофактах. Бурстин выделяет пять признаков имиджа: 1) имидж синтетичен и символичен, он лучше всего проявляется как фирменная марка, политический лозунг или броская картинка; 2) имидж — предмет веры: если в него не верят, он не выполняет своей цели; 3) имидж пассивен, он связан с потребительским и конформистским сознанием; 4) имидж — всегда упрощение, он должен быть проще, чем предмет, который он представляет; 5) имидж — претенциозен, он должен отвечать мечтам и интересам разных людей. Таким образом, Бурстин рассматривает имидж как искаженный, иллюзорный, приукрашенный, доведенный до символа образ вещей, личности или событий, который в свою очередь диктует своему носителю определенный образ поведения

Литература.

1. Бодрийар Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. 278 с.
2. Григорьева Н.И. Имиджи и симулякры в социально–коммуникативной среде современной цивилизации : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Н.И. Григорьева. – Нижний Новгород, 2010. – 198 с.
3. Делез Ж Различие и повторение / Ж Делез - СПб: Петрополис, 1998 – 384
4. Идея симулякра в понимании виртуального: от Платона к постмодернизму // Гуманитарные научные исследования. 2012. № 8// Кирюшин А.Н. и др. [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2012/08/1593> (дата обращения: 06.11.2016).
5. Савельева Е.А. Симулякр как новое социокультурное понятие в теории Жана Бодрийара // Материалы. IV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Научный потенциал студенчества в XXI веке» Том второй. Общественные науки. Ставрополь, 2010. С.378-379.
6. Шестаков В. П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». — М.: Искусство, 1988. — 224 с.: С.58.

Тема: Имидж лидера (руководителя учреждения культуры, досуга): вызовы для лидера.

(тема высокого уровня сложности)

Необходимо раскрыть основные используемые в тексте понятия *имидж, имидж лидера, лидер, тип лидера, руководитель* (разграничить понятия), *вызов*. Типы лидерства: ситуативное лидерство, эмоциональное лидерство, деловое лидерство.

Контрольные вопросы

1. Определить понятия *имидж, персональный имидж, имидж лидера*.
2. Понятия *лидер, лидерские качества, лидерство*.
3. Понятия *лидер, руководитель*: основные различия.
4. Типы лидерства: ситуативное лидерство, эмоциональное лидерство, деловое лидерство.
5. Основные стили лидерства

В процессе обдумывания и выполнения работы необходимо ответить на вопрос: есть ли конфликт, вызов в существующих требованиях к имиджу, исходящих от ситуации, условий деятельности, типа лидера и т.д?

Дополнительная информация.

В процессе выполнения работы можно использовать любую удобную типологию лидерства См. Авдеев П.С. Роли и функции лидера // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/5863> (дата обращения: 06.11.2016).

Выбрать тип и описать набор атрибутов (имиджеформирующих элементов внешности, поведения, речи).

. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Литература

1. Авдеев П.С. Роли и функции лидера // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/5863> (дата обращения: 06.11.2016).
2. Белов, В.В. Конкурентный подход в психологии управленческого лидерства / В.В. Белов, Е.В. Белова // Управленческое консультирование. - 2015. - №6 (78). - С.125-137.
3. Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков / Под ред. Егоровой-Гантман Е.В. - М.: 1994.-265 с
4. Игнатъев, В.М. Лидер и лидерство / В.М. Игнатъев, Е.Н. Бабанская // Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления в XXI веке. - 2013. - №3. - С.54-59.
5. Мень М.А. Лидерство: личностно-интерактивный подход / М.А. Мень // Управленческое консультирование. - 2011. - №4. - С.92-105.
6. Сергеева, В.Б. Лидерство в менеджменте / В.Б. Сергеева, А. Токарева // Вестник НГИЭИ. - 2012. - №9. - С.81-102.
7. Чумичева, Р. М. Руководство и лидерство в управленческой деятельности / Р. М. Чумичева, Н. А. Платохина, А. В. Исаев // Известия ВолгГТУ. -

Тема: Персональный имидж специалиста и культура исполнения.

Необходимо раскрыть основные используемые в тексте понятия *имидж, персональный имидж, имидж специалиста, культура общая, организационная, деловая, культура социального взаимодействия, культура внешнего вида, культура исполнения, деятельности* и др. Определить и сформулировать возможные варианты имиджа (идею перевоплощения, самовыражения).

Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Дать определение понятий *имидж, персональный имидж, имидж специалиста.*
2. Понятие *идея перевоплощения.*
3. Понятие *самовыражение* и его связь с имиджем.
4. Определить понятия *культура общая, организационная, деловая, культура социального взаимодействия, культура внешнего вида, культура исполнения, деятельности* и др.
5. Понятие *меры* и значение меры в создании имиджа.

Ответить на вопросы: есть ли связь между культурной исполнением и имиджем специалиста? Если есть, то какова она? Если нет связи, то почему?

Дополнительная информация.

В качестве подсказки можно познакомиться с примерами, приведенными выше (тема 2) Можно опираться на определение: культура исполнения – это набор специфических для данного места типов поведения, манер, терминов и достоинств, которые направляют и усиливают роль персоны в каком-то конкретном элементе деятельности. Культура исполнения разрабатывается (для компании, учреждения, коллектива) и воспитывается (применительно к персоне, коллективу). Каждая культура исполнения включает в себя свою собственную миссию, образ, исполнительские достоинства (стиль, актуальность, мера и др

Литература

1. Зимняя, И.А. Общая культура и социально-профессиональная компетентность человека // Высш. образование сегодня : Реформы, нововведения, опыт. журнал. – 2005. № 11.
2. Ивин А.А. Из света в тень перелетая. Очерки современной социальной философии. М., Прогресс-Традиция, 2015 – 790 с.
Электронный ресурс. Режим доступа: <https://mybook.ru/author/aleksandr-ivin-2/iz-teni-v-svet-pereletaya-ocherki-sovremennoj-soci/>
3. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://e-libra.ru/read/203860-kategoriya-vezhlivosti-i-stil-kommunikacii.html>
4. Моросанова В. И. Индивидуальный стиль саморегуляции: феномен, структура и функции в

произвольной активности человека - М., 2001

5. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие./Е.Б.Перельгина - М.: Аспект Пресс, 2002.-223 с.
6. Толочек В. А. Индивидуальный стиль - устойчивость и изменчивость //Вопросы психологии - 1987 - №4
7. Толчек В.А.Стили деятельности: ресурсный подход. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015. – 366 с.

Тема: Персональный имидж: игра, в которой правила меняются.

(тема высокого уровня сложности)

Необходимо раскрыть основные используемые в тексте понятия *имидж, персональный имидж, игра, правила, нормы, традиции, мода, идеи*. В работе можно исследовать и определить преимущества подчинения изменяющимся «правилам игры», или отказа от подчинения правилам. Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Определить понятия *имидж, персональный имидж*.
2. Определить понятия *игра, правила игры*,
3. Определить понятия *норма, традиции, мода, идеи*.

В процессе выполнения работы необходимо также ответить на вопросы:

Правила и требования к имиджу меняются в «процессе игры»? Что является причиной изменений:

модернизация, социально-экономическое развитие, изменения в сфере культуры и демократизация, размывание ценностей, появление новых ценностей самовыражения, утрата и приобретение новых традиций расширение свободы выбора и личной независимости? Можно ли, создавая имидж не подчинять его изменяющимся правилам?

Литература

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. - М., 2008.- 137 с.
2. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., СПб., Питер, 2004.
3. Ивин А.А. Из света в тень перелетая. Очерки современной социальной философии. М., Прогресс-Традиция, 2015 – 790 с.
Электронный ресурс. Режим доступа: <https://mybook.ru/author/aleksandr-ivin-2/iz-teni-v-svet-pereletaya-ocherki-sovremennoj-soci/>
4. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие./Е.Б.Перельгина - М.: Аспект Пресс, 2002.-223 с.
5. Серый А.В. Система личностных смыслов: структура, функции, динамика / А. В. Серый; науч. ред. М. Яницкий. - Кемерово:, 2004. -. 272 с
6. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. -304 с. С.87-165.

Тема: Имидж персоны: решение прошлых или источник будущих проблем.

Необходимо раскрыть основные используемые в тексте понятия *имидж, персональный имидж, источник проблем, проблемы, критика*. Тема может быть раскрыта через понятие *проблема* (внешняя, внутренняя, субъективная, объективная). Имидж может рассматриваться как элемент адаптации, объективизация развития личности или как источник напряжения (проблем). Новый имидж может рассматриваться как план ближайшего развития (саморазвития и самосовершенствования), который должен со временем меняться.

Все используемые в тексте работы термины необходимо раскрыть в тексте или в прилагаемом словаре.

Контрольные вопросы

1. Понятие имидж, имидж персоны.
2. Понятие *проблема, проблемное поле* в теории управления, в психологии.
3. Понятия *проблема и обстоятельства*.
4. Типы проблем, основные источники проблем, решение проблем.
5. Основные функции имиджа.
6. Мотивация к созданию имиджа.
7. Этапы формирования имиджа персоны.
8. Сенситивные периоды для создания имиджа.

Литература

6. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие./Е.Б.Перельгина - М.: Аспект Пресс, 2002.-223 с.

7. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. -304 с. С.67-87.
8. Симонова И.Ф. Особенности формирования имиджа в период юности в аспекте педагогических технологий//«Novation» №3 (июнь) 2016 С. 52-55 Фонд содействия научному развитию. (Болгария)
9. Симонова И.Ф. Формирование персонального имиджа на разных этапах профессионального самоопределения: анализ педагогической практики// Scientia. Психология и Педагогика. № 1. 2016. – С 15-18
10. Симонова И.Ф. Структура персонального имиджа: социально-педагогический аспект// Наука в современном мире. Иркутск. 2016 - С. 78-81
11. Симонова И.Ф. Модель персонального имиджа в аспекте информационного подхода// Единый всероссийский научный вестник. № 6. 2016. –С. 121-124
12. Симонова И.Ф. Формирование персонального имиджа: особенности и преимущества социально-педагогического подхода// Евразийский союз ученых (ЕСУ)//Ежемесячный журнал №11(20)/2015 С.61-64

Тема: Имидж как выражение персональной идеи.

(тема высокого уровня сложности)

Необходимо раскрыть основные используемые в тексте понятия *имидж, персональный имидж,*

философия личности, смысл жизни, идеи.

Контрольные вопросы

1. Понятия *имидж, персональный имидж,*
2. Понятие *философия личности, смысл жизни, идеи.*

Дополнительная информация.

Элементы, составляющие основу имиджа можно назвать жизненной философией, которая включает понятия духовности, ценности, мировоззрения, представления о своём предназначении, идеалы, убеждения, принципы и т.д.

Практическая деятельность по созданию имиджа связана с осмыслением внутреннего мира.

Основу внутреннего мира образует смысл, который определяет динамику его эмоций и переживаний, структурирует и трансформирует его картину мира и её ядро - мировоззрение. Имидж – это объективизация внутреннего мира человека, его философии. Основные вопросы: Может ли имидж влиять на судьбу человека? Какова связь между внутренним миром и имиджем? Можно ли утверждать, что имидж - это идея личности, выраженная публично?

Литература

1. Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа / В.Г.Горчакова – Москва : Эксмо, 2007. – 208 с.

2. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – 3-е изд., доп. / Д.А.Леонтьев. – М.: Смысл, 2007. – 511 с.
3. Серый А.В. Система личностных смыслов: структура, функции, динамика / А. В. Серый; науч. ред. М. Яницкий. - Кемерово:, 2004. -. 272 с
4. Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза». Дис. канд.пед.наук 130005. Спб, -237 с. С. 3, 34, 47, 49, 67, 78, 88, 120.
5. Трухин И.А. Личность как система идей. / И.А.Трухин. – К.: КМЦ «Поэзия», 2009. – 508 с.
6. Франкл Виктор. Человек в поисках смысла / В.Франкл.– М.: Прогресс. – 390с.
7. Фрэнкин Р. Мотивация поведения: биологические, когнитивные и социальные аспекты/Р.Фрэнкин. –СПб Питер, 2003. -651 с.

Структура эссе.

Титульный лист работы заполняется по единой форме.

В верхней части титульного листа пишется, в какой организации выполняется работа

Далее, в центре листа буквами увеличенного кегля указывается тип («ЭССЕ») и тема работы.

Ниже, в правой половине листа — информация, о том, кто выполнил работу. В центре нижней части титульного листа пишется город и год выполнения.

Пример: Приложение 1.

Введение.

Введение представляет работу, содержит суть, обоснование выбора темы, её практическую значимость и утверждает тезис. Введение может содержать также цель, задачи, предмет и объект. Цель может быть конкретной, общей и абстрактной.

В процессе работы над введением важно правильно сформулировать вопрос, на который необходимо ответить в ходе работы. Вопрос запускает рассуждения и определяет их параметры.

Введение состоит из нескольких компонентов, связанных логически и стилистически.

В процессе работы над введением необходимо получить ответы на следующие вопросы:

1. Как можно сформулировать основной вопрос?
2. В чем заключается актуальность выбранной темы?
3. Какие понятия необходимо использовать при раскрытии темы?
4. Требуется ли тема разделения работы на главы и параграфы?

Таким образом, во введении студент должен четко определить проблему, продемонстрировать умение выявлять причинно-следственные связи, отражая их в методологии решения поставленной проблемы через систему целей, задач и т.д.

Важнейшая функция введения – сообщить тему и вызвать интерес к работе. Не рекомендуется делать эту часть работы объемом больше 1-2 страницы.

Основная часть.

Основная часть – это ответ на поставленный вопрос, рассуждение и аргументация. Здесь необходимо представить релевантные теме суждения и точки зрения, привести основные аргументы, сформулировать авторскую позицию и аргументировать ее. Основная часть также содержит рабочие понятия, критическую аргументацию, эмпирические данные, сведения об организации и результатах собственного исследования (если исследование проводилось). Аргументация, анализ и обоснование строятся на основании имеющихся данных, существующих фактов, аргументов и/или позиций по тому или иному вопросу/теме.

Основная часть содержит теоретические основы выбранной проблемы и изложение материала, подкрепленного ссылками на используемые источники.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина - Следствие.

Общее - Особенное.

Форма - Содержание.

Часть - Целое.

Постоянство - Изменчивость.

Структура основной части.

Для наиболее эффективного структурирования аргументации основная часть работы может быть разделена на главы (разделы) и параграфы (подразделы). У каждого раздела и подраздела должно быть содержательное название, обозначающее ключевые моменты аргументированного изложения. Подзаголовок поясняет, уточняет, иногда развивает заголовок более высокого уровня. Последовательность названий глав параграфов может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

В том случае, если главы делятся на параграфы, один параграф должен содержать только одно утверждение (одну главную мысль) и соответствующее доказательство, подкрепленное иллюстративным материалом.

Требование делить текст основной части на главы и параграфы имеет значение в работах сложных, освещающих несколько вопросов и относительно больших по объему. При таком разделении важно заранее определить (уяснить) тему, желаемый объем и цели каждого параграфа.

Заглавие эссе. Заглавие параграфов.

Заглавие может прямо отражать содержание эссе. Кроме отражения содержания работы он может являться вводной фразой, отправной точкой в размышлениях автора, или выразить отношение части и целого

Заголовок эссе может не находиться в прямой зависимости от темы, а также может не декодироваться

до знакомства с текстом. В этом случае предполагается, что читатель понимает смысл заглавия ретроспективно, только ознакомившись с изложенным материалом.

Функции заголовка.

Заглавие текста организует, направляет и облегчает его восприятие. Заголовки параграфов предупреждают о теме последующего текста и готовят читателя к его восприятию. Заголовки параграфов используются для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения.

Деление текста на части, подзаголовки помогают увидеть общий план, логическую точность, и оценить замысел.

Среди основных функций заглавия можно выделить:

- тематизирующую функцию;
- символизирующую функцию;
- смешанную функцию;
- ассоциирующую функцию.

Тематизирующую функцию выполняет каждый заголовок. Наиболее типичными можно признать наименования заголовка по одному или нескольким компонентам содержательной структуры эссе. Например, в заголовок выносятся:

1. Время или место действия, явления, события, ситуации и т.д.
2. Основное действующее лицо (или группа лиц).
3. Центральное событие (или события, явления).

Заголовок в виде словосочетания или предложения, может называть сразу два (или более) компонента содержательной структуры эссе.

Заголовок эссе может иметь *символизирующую* функцию. Символический смысл заголовка формируется в пределах всего текста. При этом возможно развитие и даже трансформация символического смысла заголовка.

Заголовок может иметь *смешанную* функцию, т.е. сочетать тематизирующую и оценочную функции. Такое сочетание свойственно заголовкам, две части которого связаны союзом «или».

Заголовок может быть связан с содержательной структурой эссе лишь ассоциативной связью и тогда выполнять *ассоциирующую функцию*.

Типы заголовков.

По информативности заголовки можно классифицировать следующим образом:

- полностью информирующие о том или ином элементе текста, ясные до чтения публикации (полноинформативные заголовки);
- заголовки – знаки смыслового элемента, лишь сигнализирующие о нём (пунктирные заглавия);
- заголовки, информирующие о том смысле, который вербально не выражен в тексте, уведён в подтекст;
- заголовки, полностью понимаемые после прочтения текста, воспринимаемые ретроспективно.

По содержанию заголовки могут представлять собой:

- заголовки-сообщения;

- заголовки-вопросы;
- заголовки-призывы;
- заголовки-требования;
- заголовки-предупреждения;
- заголовки-благодарности;
- полемические заголовки;
- интригующие (с очевидным стремлением к недосказанности) заголовки.

Заключение.

Заключение подводит итог, содержит краткое изложение основных аргументов, пояснения, подкрепляющие смысл, обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения.

Заключение вносит необходимые пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части.

Основные методы, используемые для составления заключения:

Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Если проводилось исследование, то заключение может содержать указание на его применение, а также объяснять, почему это может быть полезно и, как могут быть использованы результаты.

Заключительная часть эссе должна быть краткой. Не рекомендуется делать эту часть работы объемом больше 1-2 страницы.

Методы, рекомендуемые для составления заключения:

- Повторение.
- Иллюстрация.
- Цитата.
- Впечатляющее утверждение.

***Основные стадии выполнения творческого задания
Как подготовить и написать эссе?***

В процессе выполнения творческого задания студенту предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

Основные шаги:

1. Обдумывание.
2. Планирование.
3. Выбор источников и систематизация информации.
4. Анализ информации по проблеме.
5. Определение, расстановка акцентов.
6. Написание.
7. Проверка.
8. Правка.

Планирование.

Включает определение цели, основной идеи, источников информации, сроков окончания и представления работы.

Основная идея (замысел).

Как возникает замысел? Это одна из загадок творчества. В одних случаях замыслы появляются спонтанно, вне зависимости от проблемной ситуации, в других случаях их появлению предшествует долгая и упорная работа по изучению какой-либо проблемы.

Замысел – это первая ступень творческого процесса, первоначальный, эскизный набросок будущего произведения.

У замысла существуют две стороны:

1. Сюжетная (автор заранее намечает ход событий);
2. Идеиная (круг и возможное решение проблем и конфликтов, волнующих, шокирующих, удивляющих автора).

Замысел рождается в точке пересечения осознаваемой потребности и накопленного жизненного опыта.

Основными источниками информации для работы над замыслом являются:

1. Люди, как носители информации;
2. Средства массовой информации (периодическая печать, особенно местная, непосредственно связанная с событием, местом, временем);
3. Интернет;
4. Научная, специальная литература.

Источниками информации для развития замысла также могут быть на первый взгляд самые

незначительные впечатления, мимолетные мысли, образы, воспоминания, наблюдения.

Кинорежиссер и сценарист А.А. Тарковский, рассуждая о режиссерском замысле, говорил, что он должен рождаться так, как рождается поступок и поступок не только художественный, но и нравственный: «Замысел должен возникать в какой-то особой сфере высшего внутреннего «я». Если вы чувствуете, что замысел возникает в области умозрительной, которая не задевает вашей совести, вашего отношения к жизни, то будьте уверены, что это все пустое...»⁹

Размышления о значении замысла эссе.

В размышлениях о том, какое значение имеет замысел, хорошей иллюстрацией становятся эпитеты, обычно используемые применительно к этому слову. Прежде, чем приступить к реализации замысла конкурсного эссе, необходимо подумать о том, как его можно охарактеризовать.

О широте, размахе замысла и об его оценке

Блестящий, великолепный, всеобъемлющий, гениальный, глубокий, грандиозный, дерзкий, обширный, оригинальный, отличный, превосходный, прекрасный, развернутый, скромный, смелый, творческий, широкий.

⁹ Тарковский А.А. Уроки режиссуры. Учебное пособие /А.А.Тарковский. - М.: ВРШПК, 1993.-90 с

О степени разработанности, осуществимости замысла

Абсурдный, авантюристический, безумный, безрассудный, бесперспективный, беспочвенный, бредовый, выполнимый, гибельный, зрелый, конкретный, незрелый, неосуществимый, нереальный, несбыточный, общий, осуществимый, пустой, реальный, рискованный, смутный, сумасбродный, туманный, фантастический, химерический, эфемерный, ясный.

Оценка замысла.

После формулировки замысла, необходимо оценить его исходя из предложенных эпитетов.

Выразить идею – это определить позицию и четко сформулировать замысел.

Качество текста эссе.

Текст должен быть содержательным, увлекательным и динамичным.

Качество текста складывается из пяти основных компонентов:

1. Ясность мысли.
2. Внятность
3. Грамотность.
4. Точность.
5. Корректность.
6. Стиль.

Ясность мысли достигается хорошим владением материалом, четкой композицией письменной речи, логичностью изложения, убедительностью аргументов. Ясность - это четко и доходчиво сформулированные идеи, легкое для восприятия изложение, отсутствие

немотивированных, неоправданных нагромождений и отступлений.

Внятность – это доступность текста для понимания. Она достигается за счет логично и тщательно выбираемых слов, четких фраз и связи между абзацами.

Грамотность – соблюдение грамматических норм правописания русского языка и *точность* – строгое соблюдение в словах, описаниях и оценках требований вежливости, приличий, необходимы для успешного выполнения работы.

Индивидуальные *авторский стиль* – важнейшее требование жанра эссе. Стиль определяется жанром, структурой работы, целями, которые ставит перед собой автор. Стиль эссе отличается образностью, афористичностью, парадоксальностью. Стиль эссе допускает:

- содержательно и стилистически оправданное использование средств художественной выразительности: метафор, притчевых образов и символов сравнения, ассоциаций, сравнений, приведение афоризмов, цитат, а также проведение параллелей и аналогий;

- присутствие непредсказуемых выводов, неожиданных поворотов и разворотов, полемичных высказываний, вопросов.

Свободная композиция эссе должна быть подчинена своей внутренней логике. Основная мысль содержится в размышлениях автора. Ярко выраженная авторская позиция должна позволять рассмотреть проблему с разных сторон.

Рекомендуется использование «эффективных» прилагательных, «сильных» глаголов.

В эссе недопустимо использование ненормативной, обценной лексики. Она должна заменяться легитимным аналогом, который сохраняет эмоциональную окрашенность оригинала. В том случае, если это представляется невозможным, что связано, скорее, с недостаточным знанием родного языка, указанная лексика заменяется многоточием. Многоточие допустимо только в том случае, когда оно не указывает на ненормативную лексику.

Динамичность и драматизм тексту придают вопросы, неожиданные переходы, непредсказуемые выводы.

Словарь используемых слов (редких, устаревших слов и терминов)

Эссе должно содержать собственный словарь слов и терминов, которые использовались в работе. Редко встречающиеся, неоднозначно трактуемые в контексте, сложные термины, диалектизмы (не входящие в литературную систему языка, принадлежащие тому или иному говору) профессионализмы должны быть представлены в «Словаре» *только* с указанием используемого автором (иным участником повествования) значения. Желательно не включать в «Словарь» более 25 позиций, за исключением случаев, определенно оправданных стилистически и содержательно.

Ненормативная, обценная лексика в словарь не включается и в тексте не используется.

Построение эссе. Структура аппарата доказательств.

Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Доказательство.

Доказательство - это совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений. Доказательство связано с убеждением, но не тождественно ему: аргументация или доказательство должны быть основаны на данных науки и практики. Доказательство или аргументация - это рассуждение, использующее факты, истинные суждения, научные данные, убеждающее в истинности того, о чем идет речь.

Структура доказательства.

Структура доказательства включает в себя три составляющие:

- Тезис.
- Аргументы.
- Выводы или оценочные суждения.

Тезис

Тезис - это положение (суждение), которое нуждается в доказательстве.

Аргументы

Аргументы - это суждение (или совокупность взаимосвязанных суждений), приводимое в подтверждение истинности какого-либо другого

суждения (или системы суждений, тезиса, точки зрения, теории и т. п.).

Три основные группы аргументов:

Факты.

Факт – это знание, достоверность которого доказана. Это особого рода предложения, фиксирующие эмпирическое знание. Факты — это основа для выяснения тенденций, закономерностей, законов.

Определения.

В процессе аргументации используются как описание понятий, связанных с тезисом. Раскрывает содержание понятий и уточняет предмет рассмотрения.

Законы науки и ранее *доказанное знание* могут использоваться как аргументы доказательства.

Вывод

Вывод - это мнение, основанное на анализе фактов.

Оценочные суждения

Оценочные суждения - это мнения, основанные на убеждениях, верованиях или взглядах автора.

Виды связей в доказательстве

Для того чтобы расположить тезисы и аргументы в логической последовательности, необходимо знать способы их взаимосвязи.

Связь предполагает взаимодействие тезиса и аргумента и может быть:

- прямой;
- косвенной;
- разделительной.

Прямое доказательство - это доказательство, при котором истинность тезиса непосредственно обосновывается аргументом. Метод прямого доказательства можно применять, используя технику индукции, дедукции, аналогии и причинно-следственных связей.

Индукция – это процесс, в результате которого мы приходим к выводам, базирующимся на фактах. Это движение в рассуждениях от частного к общему, от предположения к утверждению. Общее правило индукции: чем больше фактов, тем убедительнее аргументация. Этот процесс связан с предвосхищением результатов наблюдений и экспериментов на основе данных опыта.

Дедукция – это процесс рассуждения от общего к частному, в котором вывод обычно строится с опорой на две предпосылки, одна из которых носит более общий характер. Обладает меньшей эвристической силой.

Аналогия – это способ рассуждений, построенный на сравнении. Особенность данного вида аргументации: направления сравнения должны касаться наиболее значительных черт двух сравниваемых объектов. Аналогия может привлекаться для получения нового знания, для того, чтобы менее понятное сделать более понятным, представить абстрактное в более доступной форме, конкретизировать отвлеченные идеи, проблемы и т. д. Аналогия - мощный генератор новых идей и гипотез. Аналоговые переносы представляют собой достаточно

твердую почву для контролируемого риска.¹⁰ Аналогия обладает слабой доказательной силой, но будучи ярким выражением художественного творчества, воздействует на эмоции и может быть очень убедительной.

Причинно-следственная аргументация - это аргументация с помощью объяснения причин того или иного явления (очень часто явлений, находящихся во взаимозависимости).

Требования к фактическим данным и источникам.

При написании эссе чрезвычайно важно понять сущность фактического материала оценить его, а также правильно использовать эмпирические данные и другие источники. Все (фактические) данные *обязательно* должны соотноситься с конкретным временем и местом. Прежде, чем их использовать, необходимо убедиться в том, что они соответствуют этим условиям.

Используемые данные подтверждают аргументы и рассуждения и свидетельствуют о том, что автор умеет использовать данные должным образом. Нельзя забывать также, что данные, касающиеся спорных вопросов, должны подвергаться автором сомнению. В рамках эссе используемые данные являются иллюстративным материалом, а не заключительным актом. Качество любого эссе зависит от трех взаимосвязанных составляющих, таких как:

¹⁰ Ивин А. А., Никифоров А. Л. Словарь по логике - М.: Туманит, изд. центр ВЛАДОС, 1997. - 384 с. С.19.

- *исходный материал* – это материал, который будет использован при написании эссе (конспекты и тезисы используемой изученной литературы, учебных лекций по теме, собственные мысли и обобщение в том числе, возможно, собственного опыта опыт по данной проблеме);
- *качество обработки имеющегося исходного материала* (организация, аргументация и доводы);
- *аргументация* (насколько точно она соотносится с поднятыми в эссе проблемами).

Источники и список используемой литературы

Источники определяет выбранная тема.

Список использованной литературы - это неотъемлемая часть работы, которая позволяет судить о степени её проработанности, компетентности автора, его осведомленности.

Список использованной литературы составляется строго в алфавитном порядке в следующей последовательности:

- законы РФ и другие официальные материалы (указы, постановления, решения министерств и ведомств);
- печатные работы (книги, монографии, сборники);
- периодические издания;
- Интернет-сайты и другие источники.

Список литературы, в связи с со спецификой изучаемого предмета, должен содержать не менее 70 % источников, относящихся к периоду от 2000 года и далее.

Список, используемых источников приводится в соответствии с действующим ГОСТом.

Нельзя ссылаться на работы, которые автор эссе не читал сам.

Ссылка на используемую литературу оформляется указанием в тексте, (в квадратных скобках) на соответствующую позицию в списке литературы в конце эссе. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме. Если он цитируется в дальнейшем, то дается лишь его краткое описание.

Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Иллюстративный материал.

Основная цель предложенной работы (эссе) – доказать какое-либо утверждение. Для этого необходимо подбирать и приводить примеры. Важно, чтобы эти примеры действительно доказывали содержание текста, обосновывали уместность тех или иных положений. Эту задачу помогают решить иллюстрации. Иллюстративный материал для творческой работы студент выбирает самостоятельно. Характер иллюстраций, их подбор и расположение должны отвечать целевому назначению, быть понятными и связанными с текстом.

Иллюстрация – это изображение, поясняющее или дополняющее основной текст и помещенное непосредственно в нем, или в приложении.

Иллюстрации играют важную роль в структуре и композиции творческой работы (эссе).

По методу отображения действительности иллюстрации делятся на *художественно-образные* и *научно познавательные*.

Художественно-образные иллюстрации создаются в целях усиления впечатления. Основная ценность подобных иллюстраций не в точности отражения описываемых процессов, явлений, но в передаче основной мысли, идеи, сути, в эмоциональной и художественной выразительности.

Научно-познавательные иллюстрации представляют собой изображения предметов, процессов, явлений живой или неживой природы, человека и служат средством понимания. Подобные иллюстрации должны максимально точно отражать реальность. К таким иллюстрациям относятся рисунок, фотография, чертеж, схема, карта, график, математический чертеж.

В творческой работе нежелательны научные графики и схемы, которые снижают эмоциональное воздействие текста.

Иллюстрации приветствуются в тех случаях, когда без них понять авторскую мысль затруднительно, когда они расширяют информацию и восприятие.

Иллюстрации к творческой работе могут быть:

- оригинальными (специально созданными для данного издания);
- заимствованными из открытых источников (с указанием источника в конце работы);
- документальными (изображениями, воспроизводимыми, как исторический документ, без

переработки, например, письма, фотографии из семейных или других архивов).

Основные функции иллюстративного материала.

Кроме функций пояснения, дополнения и расширения, выделяют три основные функции иллюстраций:

- информационную;
- эмоционально-психологическую;
- эстетическую.¹¹

Информационная функция иллюстративного материала.

Иллюстрация – это форма подачи информации, которая образует дополнительный уровень информации, визуализирует её. Иллюстрация должна соответствовать целевому назначению текста, но может иметь и факультативную нагрузку. В любом случае, она должна быть понятной и экономить время необходимое для понимания текста. Но самое главное в творческой работе – иллюстрация должна нести информацию, воздействующую на восприятие, чувства.

Эмоционально-психологическая функция иллюстративного материала.

Иллюстрации в творческой работе рекомендованы, потому что они воздействуют на эмоции, облегчают восприятие информации. В процессе выполнения работы рекомендуется заменять объемный текст рисунком, фотографией или иной иллюстрацией.

¹¹ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие. – М.: «Аспект-Пресс», 2008. – 312 с.

Для того, чтобы сделать информацию понятной и доступной, рекомендуется чередовать текстовый и изобразительный материалы. Такой метод позволяет управлять вниманием, направлять его.

При выполнении творческой работы нужно помнить о том, иллюстрация, расположенная непосредственно в тексте, может не только подтверждать изложенные идеи, мысли, расширять и дополнять восприятие, но и опровергать информацию. Такой прием является весьма действенным, усиливает действие, производимое текстом и иллюстрацией. Вместе с тем, этот прием может применять тот, кто уверен в своих силах, в том, что не достигнет обратного эффекта и не снизит тем самым ценность выполняемой творческой работы.

Размещая изобразительный материал в тексте, необходимо принимать во внимание, что иллюстрации, занимающие правую сторону разворота, быстрее воспринимаются и забирают внимание читающего. При этом, текст, расположенный на левой стороне, воспринимается уже вслед за иллюстрацией, «после её влияния» и необходимо точно определить: именно этого эффекта хочет автор?

Так же необходимо учитывать, что «один элемент, будучи единственным в плоскости, замыкает на себя все внимание зрителя. И «содержание» подобной композиции – уравновешенной, неуравновешенной, статической, динамической, симметричной и т.д. –

определяется более местом элемента, т.е. зрительным центром, чем его размерами и характером».¹²

Эстетическая функция иллюстративного материала.

Иллюстрации в творческой работе являются важным элементом композиции и имеют двойную эстетическую нагрузку. С одной стороны, иллюстрация - это результат художественного творчества, а с другой стороны, она элемент эссе.

В творческой работе иллюстрация создается для подтверждения текста (как правило), на основе текста и наиболее полно раскрывается только в этом тексте. Иллюстрация в эссе, как правило, действует здесь и сейчас».

Как подобрать иллюстративный материал?

1. Выбрать иллюстрацию, которая «привязана» к тексту.
2. Совместить, «связать» иллюстрацию с актуальным сюжетом в тексте на странице, или на развороте.

Подписи под иллюстрациями.

В творческой работе иллюстрацию рекомендуется разместить так, чтобы она следовала непосредственно за поясняющим ее текстом.¹³ При этом, студент может выбрать иной вариант размещения, например, оформив иллюстрации в виде приложения.

Иллюстрации необходимо правильно подписывать. Это позволяет легко связывать текст с

¹² Антонова, С.Г. Редакторская подготовка изданий / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков и др. - М.: Издательство МГУП, 2002.

¹³ Свинцов В.И. Логические основы редактирования текста. – М., 2009. – 325 с.

иллюстрацией, для того, чтобы можно было связать их с текстом, делать на них ссылки и т.д.

Подписи к иллюстрациям должны оформляться с указанием:

- номера иллюстрации;
- темы иллюстрации (формулируется самостоятельно студентом, или вытекает из названия иллюстрации);
- пояснения деталей иллюстрации (если в этом есть необходимость).

На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте. Полное дублирование подписи под иллюстрацией в тексте не допускается.

Грубыми ошибками в выборе иллюстраций являются несколько иллюстраций в одной работе, которые выражают одну идею (мысль, вопрос), или изображают один (или близкий по сути) предмет, процесс, явление.

Презентация к эссе в программе PowerPoint

Презентации к эссе выполняются по желанию и разрабатываются в программе PowerPoint по следующей структуре: тема, ф.и.о. студента, № группы, год. Далее указывается основная проблема, идея (замысел), цель, основные методы. Презентация к эссе носит иллюстративный характер и должна иметь не менее 6 и не более 12 слайдов, оформленных по правилам, приведенным в Методическом пособии по выполнению

практических работ (дисциплина «Репутационный менеджмент»).

Оформление эссе

Формат

Эссе должно быть выполнено на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм) через интервал 1,5 строки. Цвет шрифта должен быть черным.

Гарнитура шрифта основного текста — «Times New Roman», кегль (размер) – 14 пунктов. Размеры полей (не менее): левое – 30 мм, правое — 15 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»), отступ - 10 мм, одинаковый по всему тексту.

Заголовки разделов и подразделов следует печатать на отдельной строке с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая.

Выравнивание по центру.

Количество страниц 10-15 включая введение и заключение. Титульный лист, список литературы, словарь используемых слов и иллюстрации считаются отдельно.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа, однако номер страницы на нем не ставится. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, по всему тексту (титульный лист включают в общую нумерацию). Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. На титульном листе номер не проставляют.

Введение, каждая глава, заключение и список использованной литературы начинаются с новой страницы.

В конце работы (до списка используемой литературы) располагается «Словарь используемых редких слов и терминов» (в том числе, профессионализмов, слов, встречающихся в определенном районе, местности и т.д.).

Ссылка на используемую литературу оформляется указанием в тексте, (в квадратных скобках) на соответствующую позицию в списке литературы в конце эссе. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме. Если он цитируется в дальнейшем, то дается лишь его краткое описание.

Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Основные ошибки.

Ошибка 1. Неполное выполнение коммуникативной задачи, как результат невнимательного прочтения задания, или непонимание задания.

Ошибка 2. Неумение изложить свои мысли в письменном виде.

Ошибка 3. Неправильное формулирование тезиса эссе, когда повторяется сама формулировка задания или формулируется тезис в виде вопроса, при этом позиция автора по предложенному вопросу четко не обозначается.

Ошибка 4. Приводятся аргументы и доводы, противоположные сформулированному тезису.

Ошибка 5. Орфографические и лексико-грамматические ошибки при оформлении своего текста.

Плохая проверка правописания. Больше количество грамматических ошибок и небрежность в оформлении могут служить причиной отказа в приеме эссе.

Ошибка 6. Плохая проверка употребляемой лексики (уместность, наиболее точный выбор многозначных слов, избегание двусмысленности). Использование ненормативной, обценной лексики влечет за собой отстранение от участия в конкурсе.

Ошибка 7. Недостаточное внимание к стилю изложения (неудачные, банальные обороты, использование речевых штампов и т.д.). Значительные стилистические ошибки, затрудняющие понимание, могут послужить причиной отказа в приеме работы на конкурс.

Ошибка 4. Неоправданно длинное, утомительное предисловие.

Ошибка 5. Многословие, описание несущественных подробностей, отвлекающее внимание от основной идеи, повторы одной и той же мысли и т.д.

Ошибка 6. Длинные фразы, которые не всегда способны хорошо донести идею, продемонстрировать хороший вкус и уверенность автора. Правильное чередование длинных и коротких предложений производит хороший эффект.

Ошибка 7. Несколько иллюстраций выражают одну идею (мысль, вопрос).

Ошибка 8. Несколько иллюстраций изображают один (или близкий по сути) предмет, процесс, явление.

Методики проверки:

Чтение вслух. Если при чтении того или иного предложения возникают трудности, необходимость физиологической паузы (не хватает дыхания), лучше разбить предложение на отдельные самостоятельные единицы.

Чередование коротких, средних и длинных предложений. Выделите требуемый для проверки текст. Присвойте каждому предложению букву: «К» (короткое - менее 10 слов), «С» (среднее менее 20 слов), либо «Д» (длинное 20 и более слов.).

Правильным может быть признан следующий или похожий порядок чередования предложений:

«С» - «К» - «С» - «Д» - «С» - «К».

Неправильным признается следующий порядок чередования:

«К» - «К» - «К» - «С» - «Д» - «Д» - «Д»

Ошибка 7. Недостаточное количество деталей, перечисление утверждений без иллюстрации их примерами.

Ошибка 8. Превышение объема печатных страниц (без иллюстраций).

Ошибка 9. Несоблюдение правил оформления работы. См. п.13. влечет за собой отстранение от участия в основном конкурсе.

Ошибка 10. Несоответствие основным требованиям к оформлению и использованию цитат.

Ошибка 11. Слишком обширная описательная часть, не подкрепленная аналитическим материалом, а также

изложение других точек зрения, без высказывания собственной позиции.

Критерии оценки творческих заданий

Творческое задание имеет в своей основе сформированную систему знаний. Оценка работы формируется из нескольких составляющих, в том числе:

- оценка базовой системы знаний;
- оценка творческого замысла и его воплощения.

Критерии оценки творческого задания (эссе).

- степень понимания студентом учебного материала;
- теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате;
- научность подхода к решению задачи/задания;
- владение терминологией (использование профессиональных терминов);
- демонстрация интеграции компетенций (заложенных на этапе задания как результата обучения).
- наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения);
- наличие четко определенной личной позиции по теме эссе;
- адекватность аргументов при обосновании личной позиции;
- стиль изложения (использование цитат, эпиграфов и др.)
- оформление работы (аккуратность, форматирование текста, выделение и т.д.)

Критерии оценки творческой части мого:

- оригинальность замысла;
- уровень новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея;
- характер представления результатов (наглядность, оформление, донесение до слушателей и др.)

Приложение 1.

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный институт
культуры». Факультет социально-культурных
технологий.
Кафедра социально-культурной деятельности

ЭССЕ

По предмету

Репутационный менеджмент

«Наименование эссе»

Выполнил:

студент _ курса _ группы

Санкт-Петербург

2015

93