

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт медиа и социально-гуманитарных наук
Кафедра русского языка и литературы

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, д. ф. н., проф.
_____ Т. Ф. Семьян
« _____ » _____ 2020 г.

**ПОСОБИЕ ДЛЯ ЛЕКТОРОВ ШКОЛЫ МОЛОДОГО ЛИДЕРА
ЮУрГУ КАК ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 45.03.01.2020.032. ПЗ ВКР**

Руководитель, к. ф. н., доцент
_____ Ю. П. Феоктистова
« _____ » _____ 2020 г.

Автор
Студент группы СГ-409
_____ Н. Д. Банников
« _____ » _____ 2020 г.

Нормоконтролер, преподаватель
_____ Л. В. Выборнова
« _____ » _____ 2020 г.

Челябинск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет (НИУ)»
Институт медиа социально-гуманитарных наук
Кафедра русского языка и литературы
Направление 45.03.01 «Филология»

У Т В Е Р Ж Д А Ю:
Заведующий кафедрой
русского языка и литературы, проф., д. ф. н.
_____ Т. Ф. Семьян
« _____ » _____ 2019 г.

З А Д А Н И Е

на выпускную квалификационную работу бакалавра

БАНИКОВА НИКИТЫ ДЕНИСОВИЧА

Группа СГ-409

1. Тема ВКР:

Пособие для лекторов Школы молодого лидера ЮУрГУ как филологический проект

2. Исходные данные к работе

Необходимость создания пособия для лекторов «Школы молодого лидера» ЮУрГУ.

3. Перечень вопросов, подлежащих разработке

1. Разработка теоретической базы.
2. Поэтапное планирование работы над проектом.
3. Сбор, отбор и обработка материала для пособия.
4. Разработка цикла лекций для лекторов «Школы молодого лидера».
5. Разработка фирменного стиля и работа над инфографикой проекта.
6. Верстка и печать пособия.

4. Иллюстративный материал (плакаты, альбомы, раздаточный материал, макеты, электронные носители)

Презентация. Общее количество иллюстраций: 10-15 слайдов.

5. Дата выдачи задания: 19.09.2019 г.

Руководитель _____ /Ю. П. Феоктистова/

Задание принял к исполнению _____ /Н. Д. Банников/

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Срок выполнения этапов работы	Отметки руководителя о выполнении
1. Формулировка рабочей темы, оформление задания к работе.	сентябрь 2019 г.	
2. Обзор теоретического материала, анализ и систематизация научных работ по кругу исследуемых вопросов, составление библиографического списка. Определение структуры работы над проектом.	октябрь 2019 г.	
3. Определение структуры исследования	ноябрь 2019 г.	
4. Написание черновика Введения, первой и второй главы	декабрь 2019 г.	
5. Проведение исследования для написания третьей и четвертой главы	январь 2020 г.	
6. Написание черновика третьей и четвертой главы. Подготовка публикации по материалам проекта.	февраль 2020 г.	
7. Первая предзащита	10 апреля 2020	
8. Разработка методического приложения	май 2020 г.	
9. Предоставление черновика всей ВКР руководителю.	4 мая 2020 г.	
10. Вторая предзащита в рамках студенческой научной конференции ЮУрГУ.	11 мая 2020 г.	
11. Предоставление работы на нормоконтроль.	25 мая 2020 г.	
12. Предоставление готовой работы на кафедру для оформления отзыва.	10 июня 2020 г.	
13. Защита ВКР бакалавра.	20 июня 2020 г.	

Заведующий кафедрой _____ /Т. Ф. Семьян/

Руководитель работы _____ /Ю. П. Феоктистова/

Студент _____ /Н. Д. Банников/

РЕФЕРАТ

Банников Н. Д. Пособие для лекторов Школы молодого лидера ЮУрГУ как филологический проект / Н. Д. Банников. – Челябинск : ЮУрГУ, СГ-409, 2020. – 38 с., библиогр. список – 17 наим., 4 прил., презентация.

Ключевые слова: филологический проект, обучающее пособие, инфографика, научно-популярный стиль.

Цель работы – создание методического пособия, включающего в себя информацию о студенческом проекте, его основные структурные элементы, теоретический и практический материал обновленной программы.

Задачи работы:

1. Изучить особенности мышления и восприятия целевой аудитории проекта.
2. Разработать цикл лекций и блоки пособия.
3. Создать адаптированный текст в соответствии с требованием стиля, с применением методов редактирования.
4. Разработать фирменный стиль и инфографику проекта.
5. Верстка и печать пособия.
6. Собрать обратную связь от заказчика проекта.

Новизна дипломного проекта заключается в недостаточном обеспечении методическими материалами «Школы молодого лидера».

Результаты проекта: подготовленная программа занятий «Школы молодого лидера», оценка пособия на всероссийском конкурсе, обученный оргкомитет студенческого проекта.

Работа может представлять интерес для филологического анализа пособий студенческих проектов.

ABSTRACT

Bannikov N. D. A manual for lecturers of the School of the Young Leader of SUSU as a philological project / N. D. Bannikov. – Chelyabinsk : SUSU, SH-409, 2020. – 38 p., bibliogr. list – 17 names, 4 app., presentation.

Keywords: philological project, training manual, infographics, popular science style.

The purpose of the work is to create a methodological guide that includes information about the student project, its main structural elements, theoretical and practical material of the updated program.

Tasks of work:

1. Study the peculiarities of thinking and perception of the target audience of the project.
2. Develop a series of lectures and blocks of the manual.
3. Create an adapted text according to the style requirement, using editing methods.
4. Develop the corporate identity and infographic of the project.
5. Layout and printing of the manual.
6. Collect feedback from the project customer.

The novelty of the diploma project lies in the insufficient provision of methodological materials for the «School of the young leader».

Project results: prepared program of classes «Schools of the young leader», assessment of the manual at the all-Russian competition, trained organizing Committee of the student project.

This work may be of interest for the philological analysis of student project manuals

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1. ПРОЕКТНАЯ КАРТА	8
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПРОБЛЕМАТИКИ ПРОЕКТА.....	10
2.1. Особенности научно-популярного стиля	10
2.2. Особенности клипового мышления	11
3. РАБОТА С ТЕКСТОМ	15
3.1. Работа редактора	15
3.2. Методы редактирования.....	18
4. ОФОРМЛЕНИЕ И ВЕРСТКА.....	25
4.1. Стилиевое решение и разработка фирменного стиля пособия	25
4.2. Создание инфографики.....	28
4.3. Верстка и расположение элементов	31
5. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	35
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	37
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. РАЗРАБОТКА КОНСПЕКТА ФАКУЛЬТАТИВНОГО ЗАНЯТИЯ.....	39
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРИМЕРЫ СТРАНИЦ ПОСОБИЯ.....	49
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ ОСО ЮУРГУ.....	51
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ОТЗЫВ ОТ ЗАКАЗЧИКА ПРОЕКТА.....	53

ВВЕДЕНИЕ

В Южно-Уральском государственном университете с 2004 года существует и развивается студенческий проект «Школа молодого лидера» (ШМЛ). Проект менялся с течением времени, на данном этапе его основная цель – создание условий для определения студентами жизненных, социальных и профессиональных ориентиров, развития у студентов ЮУрГУ надпрофессиональных компетенций, соответствующих требованиям современного рынка труда, посредством организации комплексной программы лекций. С 2018 года ШМЛ изменила свой формат, появился ряд новых задач, в том числе выход за рамки университета, а выросшее количество участников и ориентация на индивидуальное развитие требовало более структурированной подготовки лекторов. Ежегодно проходит подготовка лекторов для проведения занятий на ШМЛ. Чтобы она проводилась качественно с учетом всех современных изменений, необходимо создание пособия, что доказывает **актуальность проекта** и его **практическую значимость**.

Таким образом, **цель проекта** – создание методического пособия, включающего в себя информацию о студенческом проекте, его основные структурные элементы, теоретический и практический материал обновленной программы. Появление пособия позволит организовать процесс подготовки лекторов проекта, отвечающего требованиям времени, а также даст возможность представлять опыт проекта на различных площадках, включая всероссийские.

Задачи проекта соотносятся с этапами реализации проекта, исходя из этого, были поставлены в следующем виде:

1. Изучить особенности мышления и восприятия целевой аудитории проекта.
2. Разработать цикл лекций и блоки пособия.

3. Создать адаптированный текст в соответствии с требованием стиля, с применением методов редактирования.
4. Разработать фирменный стиль и инфографику проекта.
5. Верстка и печать пособия.
6. Собрать обратную связь от заказчика проекта.

Так как научный стиль лекций сложен для восприятия современными студентами, отличается своей академичностью и не соответствует специфике «Школы молодого лидера», основная задача филологического проекта заключается в переработке информационного материала и изложения его в научно-популярном стиле посредством редактуры, используя методы правок. Учитывая особенности мышления и восприятия информации молодежью, требующей визуального сопровождения информации, важно было представить материал пособия с помощью инфографики.

Работа над пособием велась в сотрудничестве со специалистами-психологами консультативного центра «ТОП-500 ЮУрГУ», одно из направлений работы которого – развитие личности и сопровождение студенческих проектов ЮУрГУ. Создание пособия осуществлялось в соавторстве с директором центра – Юлией Бельковой, отвечающей за подбор теоретического материала, который впоследствии предстояло отредактировать и адаптировать для студенческого восприятия.

1. ПРОЕКТНАЯ КАРТА

Авторы: Никита Банников, студент Южно-Уральского государственного университета, Юлия Белькова, директор консультативного центра ЮУрГУ.

Базисный субъект (заказчик): управление по внеучебной работе Южно-Уральского государственного университета.

Проблематика: «Школа молодого лидера» – постоянно развивающийся студенческий проект. Его основная цель – развитие надпрофессиональных компетенций личности студентов на базе ЮУрГУ. Система обучения ШМЛ требует постоянных обновлений. С 2018 года стартовала новая программа «Школы молодого лидера», основанная на треугольнике развития личности. Так как система изменилась, а выросшее количество участников потребовало более масштабной реализации, возникла необходимость создания отвечающего требованиям современной подготовки методического пособия для организации работы оргкомитета проекта.

Цель проекта: обеспечить проект «Школа молодого лидера» визуальной адаптацией лекций для работы с его участниками.

Задачи проекта:

1. Изучить особенности мышления и восприятия целевой аудитории проекта.
2. Разработать цикл лекций и блоки пособия.
3. Создать адаптированный текст в соответствии с требованием стиля, с применением методов редактирования.
4. Разработать фирменный стиль и инфографику проекта.
5. Верстка и печать пособия.
6. Собрать обратную связь от заказчика проекта.

Целевая аудитория проекта: студенты ЮУрГУ, участники группы обучения лекторов ШМЛ.

География: Челябинская область.

Сроки реализации: октябрь 2018 – февраль 2019 г.

Аналитический этап: на данном этапе были выявлены важные при создании пособия особенности мышления и восприятия информации у целевой аудитории, на которую рассчитан проект «Школа молодого лидера». Определены направления деятельности и особенности редактирования текста с учетом выявленных аспектов.

Этап реализации: на данном этапе работа была разделена на два направления – работа с текстом и работа с оформлением текста и созданием инфографики к нему. Определен функционал каждого из авторов пособия с дальнейшим планом его исполнения. Итогом этапа послужила верстка пособия и его печать в 22 экземплярах.

Этап оценки эффективности: была проведена подготовка оргкомитета проекта по обновленной программе пособия с целью дальнейшего использования его во время проведения лекций программы. После проведения программы пособие выполняет функцию представления проекта вне вуза и, таким образом, было представлено на всероссийском конкурсе на лучшую организацию деятельности органов студенческого самоуправления «Лидер 21 века», где получило экспертную оценку. Проект отвечает запросу заказчика – начальник управления по внеучебной работе ЮУрГУ Светлана Александровна Юдочкина дала подробную обратную связь, оценив пособие как продукт, отвечающий поставленным требованиям.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПРОБЛЕМАТИКИ ПРОЕКТА

2.1. Особенности научно-популярного стиля

Научно-популярный стиль сохраняет основные специфические особенности, характерные для научного стиля: в научно-популярной литературе излагаются знания, полученные в сфере научной деятельности; содержание научно-популярной литературы в основном то же, что и в собственно научной литературе [5, с. 167].

Такие черты научного стиля, как отвлеченность и обобщенность, отсутствие образности и скрытая эмоциональность, объективность и безличность изложения трансформируются для восприятия читателем. Основными целями научно-популярных изданий является адресованность широкой аудитории и популяризация научных знаний в обществе. Эти коммуникативные цели определяют некоторые черты, с одной стороны, связанные с «чистым» научным стилем: передача теоретических и практических знаний (прослеживается в монографиях, научных статьях, диссертациях), а с другой – с газетно-публицистическим стилем: адресованность массовой аудитории и воздействие не только рациональное, но и эмоциональное.

Э. А. Лазаревич считает, что научно-популярный стиль – это вполне самостоятельный функциональный стиль, типологические признаки которого не совпадают с признаками научной литературы. «Близость некоторых черт научно-популярной литературы и литературы других типов не дает основания говорить о типологической неопределенности первой. Ее подобие другим всегда четко выражено и ограничено. Так частично совпадая по тематике с научной литературой, научно-популярная отличается от нее целевой установкой и читательской аудиторией. Имея некоторую читательскую общность с художественной литературой, научно-популярная не совпадает с ней по тематике и целевой установке» [7, с. 297].

Для научно-популярного текста характерно многообразие выразительных средств языка с целью привлечения внимания к проблеме, выражение собственного мнения автора. В данных текстах проявляется индивидуальный авторский стиль, возникает стремление воздействовать на позицию, мнение читателя. Использование научно-популярных текстов не только адаптирует содержание научной речи, но и делает его понятным и интересным читателю.

2.2. Особенности клипового мышления

В середине 1990-х гг. появляется термин «клиповое мышление», который подразумевает под собой способность индивида воспринимать мир в виде коротких ярких образов, так называемых видеоклипов. Визуальная клиповая информация подается с высокой скоростью, проходя барьер осознанного, «впечатываясь» в подсознание.

Клиповое мышление, как считают многие исследователи этого феномена, «сформировалось тогда, когда информации стало настолько много, что человек просто перестал ее усваивать в связи с ограниченными возможностями сознания» [17]. Таким образом, визуальные потоки победили вербальные. Если раньше носителями информации были книги, которые обладают определенной структурой и закономерностью, и благодаря которым создавалась более-менее осмысленная и организованная картина мира, то на сегодняшний день ситуация изменилась.

Появление клипового сознания нельзя сводить к тенденции уменьшения тиража книг и читателей. В первую очередь новый тип мышления формировался на основе визуального восприятия. Новой формой визуального восприятия, явлением «клипового сознания» как новым культурным явлением, рожденным информационным веком, стали интересоваться еще в 1960-х гг.

Культуролог К. Г. Фрумкин выделил следующие факторы возникновения клипового мышления у молодежи:

- большой объем информации;
- высокая скорость поступления информационного потока и потребность его актуализации;
- большое разнообразие поступающей информации;
- увеличение количества действий, которые совершает личность одновременно;
- рост диалогичности в социальной среде [17].

Клипное мышление – это явление воспроизведения разнообразных объектов без связующих элементов между ними, характеризующееся нелогичностью, разнородностью и высокой скоростью переключения между фрагментами информации, что приводит к отсутствию у индивидуума целостного восприятия поступающей информации. Кратковременная память преобладает над долговременной. Увеличение сложности изучаемого материала приводит к его непониманию.

Французский социолог А. Моль стал одним из первых исследователей этого явления. Его работа «Социодинамика культуры» была издана еще в 1967 г. В ней автор рассуждает о «мозаичной» культуре в постиндустриальном обществе. В рамках традиционной культуры понятийный аппарат индивида представлял собой целостную структуру, посредством чего человек мог выстраивать в уме логические цепочки, выявлять причинно-следственные связи, соотнося друг с другом новые и старые понятия. «Современному же человеку вместо паломничества, требующего физических и нравственных усилий, предлагается туристическая поездка, во время которой он сможет получить поверхностные впечатления и сиюминутные удовольствия, без какого бы то ни было напряжения» [2, с. 170]. Клипное мышление спасает мозг от информационной перегрузки, помогает адаптироваться в сфере информационных технологий. К тому же обладатели клипного мышления способны к многозадачности и скоростному отклику, быстрому реагированию на разнообразные изменения общества.

Т. В. Семеновских также говорит об этом в своем исследовании: «Необходимо пересмотреть содержательную составляющую учебного материала. С учетом индивидуально-психологических особенностей студентов требуется структурировать информацию в виде клипов, изменить формат изложения ...» [14].

Известно, что восемьдесят процентов людей воспринимают и усваивают опыт, существующий в определенной сфере деятельности, преимущественно с помощью зрительных образов. Опора на зрительный образ обеспечивает индивиду эффективность изучения, воспроизведения и дальнейшее развитие собственного опыта, мышления, деятельности. Мышление – более высокий процесс познания, который связан с чувственным восприятием и базируется на ощущениях и восприятии окружающей действительности. Стимулом для мыслительных процессов являются зрительно воспринимаемые объекты, визуальные учебные материалы [17].

Неограниченный массив информации, поступающей из разных источников к обучающимся, вызывает необходимость поиска другого подхода к визуализации информации, так как вербальное мышление не справляется с поставленной задачей. У современных обучающихся преобладают визуальные механизмы, обеспечивающие возможность переработки информационных потоков с большой скоростью и более целостно, одномоментно.

Термин «визуальное мышление» принадлежит американскому психологу Р. Арнхейму, работы которого легли в основу современных исследований о роли образных явлений в познавательной деятельности.

Визуальное мышление предполагает использование не первичных зрительных образов, а таких средств, как диаграммы, графики, рисунки, инфографика, иллюстрирующие понятия, процессы, алгоритм действий, отношения между объектами. Визуальное мышление рассматривается как «способ творческого решения проблемных задач в плане образного

моделирования» [6]. Основными показателями визуального мышления в сравнении с абстрактным и логическим мышлением являются простота и эффективность, творческий подход к решению стандартных задач. Перевод основного содержания объекта в визуально-графическую форму посредством чертежей, рисунков, схем и др. более успешно выполняет функцию объяснения и интерпретации информации.

Таким образом, визуальное мышление – это мышление, построенное на основе образной подачи информации, оно отличается быстротой понимания смысла и успешностью решения задачи. Эффективность визуального мышления зависит от таких факторов, как метод применяемой визуализации, психологические характеристики и интеллектуальные возможности получателя информации, личностный опыт и умение получать информацию.

3. РАБОТА С ТЕКСТОМ

3.1. Работа редактора

Работа редактора в пособии представляется незаменимой: найденные для использования в занятиях материалы должны были подвергнуться переформатированию и проверке на языковые нормы. Таким образом, создается качественный продукт с цепляющей формой текста для обеспечения усвоения читателем. Важно преподнести информацию в понятной форме, так, чтобы она была готова к потреблению, так как целевая аудитория – это студенты, чья основная и привычная деятельность в вузе, прежде всего, учебная. Проект ШМЛ представляет собой неакадемический формат трансляции материала, что должно вызывать интерес к научной информации, изложенной в переработанном стиле.

Работа с текстом в ходе проекта представляла собой следующие этапы:

- сбор и отбор информации;
- изложение материала в научно-популярном стиле;
- редактирование материалов;
- создание дополнительных информационных разделов;

Сбор материала осуществлялся посредством поднятия архивов лекций базового уровня «Школы молодого лидера» за предыдущие года обучения. Выявлены критерии для поиска, в соответствии с актуальными темами обновленной программы, разработанной совместно со специалистами консультативного центра «ТОП-500 ЮУрГУ», отобран материал, подготовленный лекторами прошлых поколений организаторов. Материал был представлен в формате электронных документов без фирменного оформления, с таблицей по тематическим блокам в каждом занятии (с указанием необходимых ресурсов для проведения занятия и временными ограничениями по каждой микротеме). Таким образом, в найденных материалах были выявлены основные тезисы, подходящие по критериям

актуальности, некоторые блоки взяты на переработку цельными фрагментами с дальнейшими редакторскими правками.

Основой для наращивания базы академического материала стали исследования отечественных и зарубежных психологов, таких, как А. Н. Леонтьев, А. Маслоу, В. В. Морозов, К. Фопель и др., а также практические материалы из открытых источников и практических наработок специалистов центра. Поиск и отбором научной информации занималась соавтор проекта пособия Юлия Белькова. В мои задачи, относительно отобранной информации, входило интерпретировать текст научного стиля в научно-популярный, интегрировать его в пособие, используя методы инфографики и стилистических правок.

Выделяются три основные задачи редактора в анализе текста с фактической стороны:

1. Оценить добротность фактического материала с точки зрения его существенности, новизны, соответствия современному уровню науки (отрасли знания), выразительности и наглядности.

Материал занятий, отобранный лекторами-организаторами прошлых лет, устарел и требовал правки со сверкой с первоначальными источниками, а также последующего добавления новых и актуальных данных в пособие.

2. Оценить фактический материал с точки зрения его точности и достоверности.

Опираясь на труды отечественных и зарубежных психологов, в пособие была включена только проверенная и достоверная информация.

3. Оценить, достаточно ли полно представлен фактический материал в произведении [8].

Информация, собранная для создания образовательной базы проекта, нуждалась в дополнении материалом о студенческой жизни и специфике вуза. Кроме того, пособие нуждалось в расширении, в дополнительных информационных блоках. Как следствие было решено создать следующие блоки информации:

- блок дополнительных материалов;
- ссылки на тесты и ресурсы проекта.

В блок дополнительных материалов было решено поместить объемные практические упражнения для более детального обзора лекторами. Ссылки на ресурсы и видеоматериалы были оформлены в виде QR-кодов, для удобства поиска и просмотра, помещены на страницу (Приложение №2, рис. 5)

Помимо структурирования и формирования информационных разделов пособия, важно было актуализировать данные текста: сформулировать названия, отвечающие современным требованиям проекта. Таким образом, был сформирован список лекций с актуальными названиями относительно обновленного наполнения. Для практических занятий было выбрано понятие «экспириенс» (от англ. – «опыт»).

№	Тема занятия	Отредактированное название
1.	Вводное занятие о сути проекта	«Путь вверх»
2.	Самоопределение, подходы к пониманию лидерства	«По ту сторону зеркала»
3.	Основы мотивации и целеполагание	«Покоряя себя»
4.1.	Тайм-менеджмент и навыки планирования	«Поезд времени»
4.2.	Диджитал-развитие, ведение профилей в социальных сетях	«Поколение DIGITAL;»
4.3.	Мотивация достижения	«Хотеть нельзя попробовать»
5.	Креативное мышление	«От нейронов к Шекспиру»
6.	Особенности межличностной коммуникации	«Есть контакт»
7.1.	Самопрезентация и имидж	«Лучшая версия себя»
7.2.	Навыки командной работы, взаимодействие внутри коллектива	«Наперегонки с ветром»
7.3.	Стратегии эффективных переговоров	«На ринге»
8.	Возможности университета	«Твой разный – твой лучший»
9.	Подведение итогов курса	«И еще о важном...»

Табл. 1 Названия занятий в пособии

Один из принципов проекта «Школы молодого лидера» – это передача опыта от студента к студенту. Этот же принцип мы сохранили в содержании пособия. Одним из инструментов реализации этого принципа послужил блок «интервью с лекторами» – визуальными коммуникантами проекта, так как они являются представителями оргкомитета. Постоянный коммуникант (лицо организации) – это человек, который продолжительное время от лица организации коммуницирует с целевой аудиторией [3]. Чтобы сделать пособие максимально персонализированным для читателя, в блок «Введение» было принято решение добавить обращение к студентам начальника управления по внеучебной работе, Светланы Александровны Юдочкиной, и куратора проекта, Юлии Олеговны Бельковой (Приложение №2, рис. 1).

Для создания актуальной информации о внеучебной жизни вуза (этому была посвящена одна из лекций – «Твой разный – твой лучший») было проведено интервью с главным представителем студенческого актива ЮУрГУ, председателем Объединенного совета обучающихся, В. В. Фройденбергером. (Приложение №3).

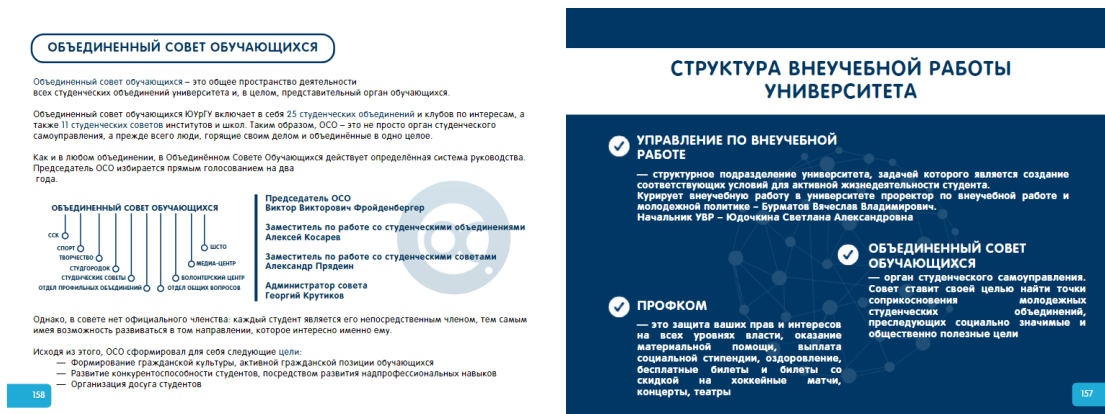


Рис. 1 Инфографика текста по материалам интервью

3.2. Методы редактирования

Для редактирования пособия был использован метод правки-редактирования. Как отмечает Н. М. Сикорский, «правка – это одно из основных средств реализации творческих возможностей редактора» [13].

Этот метод позволяет, во-первых, устранить погрешности, в написании текста, создать эмоциональную окраску в материале, добиться четкости и конкретности используемых формулировок, проверить фактический материал, устранить неточности структуры, языка и стиля, провести редакционно-техническую обработку рукописи.

Процесс исправления рукописи, или ее правку, как отмечает Г. Д. Каплан, «схематически можно представить в виде чередования взаимосвязанных звеньев: восприятие – критика – коррективы» [13].

В ходе углубленного прочтения текста редактор достигает точности его оценки и обычно лишь после этого приступает к правке. Именно так рекомендует ему поступить традиционная методика редактирования, основывающаяся на опыте редакторов. Методика динамического редактирования советует редактору составлять свое заключение о материале сразу после ознакомительного чтения, правку вести в ходе углубленного чтения, а затем, непосредственно перед сдачей в набор, просмотреть весь текст еще раз. При подготовке к опубликованию материалов массовой информации мы наблюдаем гибкое сочетание различных методик, диктуемое многообразием содержательных и жанровых характеристик журналистских произведений.

В зависимости от того, как изменяется текст в результате редакционной обработки, различают несколько видов правки. Так существуют следующие основные виды: правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка и правка-переделка, хотя нужно подчеркнуть, что часто перед нами синтетическая правка, включающая элементы всех видов.

Что касается вычитки, то различают корректорскую вычитку как стадию издательского процесса, которой завершается подготовка оригинала к сдаче в набор, и правку-вычитку как самостоятельный вид редакторской работы. Основная цель корректорской вычитки – завершить подготовку оригинала таким образом, чтобы при прохождении корректур сделать правку минимальной. Как самостоятельный вид редактирования правка-вычитка

применяется при подготовке к выпуску переизданий, а также документальных материалов самого различного характера.

В процессе редактирования материалов пособия использовались методы правки текста:

1. Правка-обработка. Обработка – самый распространенный вид правки. Ее задача – подготовка к публикации окончательного варианта текста, в котором полностью учтены результаты редакторского анализа. Цель обработки – литературная отделка текста, совершенствование его формы, уточнение идеи автора, его замысла. По своему характеру изменения, вносимые при этом в текст, разнообразны: сокращения, дописывание отдельных фрагментов, замена слов и оборотов речи, изменение синтаксических структур, совершенствование композиции. Особенности авторской манеры изложения, его стиль правка-обработка изменять не должна. Процесс, в котором редактор заменяет неудачные слова и обороты, добивается точности формулировок, логичности в построении текста, соответствия текста определенному жанру и стилю.

Прим.: *«Вы не задумывались, как много людей жалеют о том, что не сделали в молодости? Ты хотя бы раз слышал слова о неправильно потраченном времени, будь то грызущие мысли о молодости или о вчерашнем дне».*

Комментарий: личное местоимение целесообразно будет заменить более уместным в контексте штампом «*Каждый из нас*», а нейтральную по эмоциональной окраске лексическую единицу «*слова*» на «*причитания*», чтобы сохранить коннотацию разочарования, недовольства.

Правка: *«Вы не задумывались, как много людей жалеют о том, что не сделали в молодости? Каждый из нас хотя бы раз слышал причитания о неправильно потраченном времени, будь то грызущие мысли о молодости или о вчерашнем дне».*

2. **Правка-сокращение.** При правке-сокращении основной задачей редактора является сокращение текста, без ущерба для содержания. Она необходима в тех случаях, если в тексте присутствует обильное количество повторов, ненужных подробностей, в которых не нуждается читатель, и излишняя растянутасть. Цель правки-сокращения – уменьшить объем текста, довести его до оптимального размера. Сокращения как специальный вид правки часто вызваны необходимостью внести изменения или различными техническими соображениями. Правка-сокращение представляет собой значительные изменения текста, в отличие от правки-вычитки, поэтому важно учитывать особенности смысловой и синтаксической структуры текста. Изменения посредством правки-сокращения могут быть, двух видов: сокращение цельными частями и сокращения, которые мы условно назовем внутритекстовыми. В первом случае исключаются части текста, представляющие собой определенные смысловые звенья. Сокращение однотипных примеров, фактов одного смыслового ряда, частных подробностей не вызывает трудностей при редактировании. Важно учитывать факт связности текста после правки. Сокращая текст, редактору нужно следить, чтобы удаленные смысловые звенья не раскрывались в последующем изложении, что создает нарушение логики повествования.

Прим.: *«Большинство из вас, выйдя из университета, первым делом, конечно же, отправится искать работу. Итак, вы смогли написать резюме и оно заинтересовало работодателя. Что же дальше? А далее – собеседование, где как раз и понадобится самопрезентация. Не важно, выступаете вы на публику 1000 человек или же разговариваете со своим преподавателем или, может будущим работодателем – старайтесь всегда, презентуя себя, придерживаться главных пунктов успешной самопрезентации. Если ваша цель – сформировать хорошее впечатление о себе, во время презентации необходимо следовать некоторым правилам: <...>»*

Комментарий: нагруженность избыточной лексикой, риторическими вопросами, вводными конструкциями и очевидными поясняющими примерами, которые необходимо изъять из текста.

Правка: *«Следующий шаг после университета – отправиться искать работу. Вы смогли написать резюме, и оно заинтересовало работодателя. Далее – собеседование, где как раз и понадобятся навыки самопрезентации. Чтобы произвести хорошее впечатление, необходимо следовать некоторым правилам, которые мы сейчас попробуем на практике».* Основные тезисы оформлены без разворота примерами, сокращены некоторые вводные слова, нагружающие текст, без потери смысла.

3. Правка-вычитка. Использование правки-вычитки подразумевает собой чтение текста «насквозь», внимательно просматривая каждую единицу текста при обязательном сохранении изначального смысла. Редактор не вторгается в текст, как это происходит при правке-переделке или обработке. Прежде всего, это сравнение текста с первоначальным источником, заслуживающим доверия, и поправки в нем технических погрешностей, опечаток, пунктуации и, также, создание синтаксической связи между частями предложений в местах ее отсутствия.

Прим.: *«Выделяют 5 компонентов, которые влияют на формирование первого впечатление».*

Комментарий: несогласованный падеж существительного, исправить на Р. п. («впечатления»).

Прим.: *«Великие цели, великие мотиваторы. Например вам необходимо выполнить какое-либо задание. Думайте глобально».*

Комментарий: в первом предложении пропущено тире, функционально соответствующее семантике предложения, во втором – недостающая запятая после вводного слова «Например».

4. **Правка-переделка.** Этот вид правки подразумевает воссоздание нового текста на базе изначального материала. Строго основываясь на сообщенных фактах, редактор облачает первоначальную мысль в литературную форму. Изменение жанровой структуры произведения, обработка текста в случае изменения его целевого назначения также осуществляется правкой-переделкой.

В рамках проекта метод правки-переделки был использован для устранения разговорной и просторечной формы организации речи в черновиках занятий ШМЛ прошлых лет, приведения к одному стилю.

Прим.: *«После просмотра видео задаем аудитории вопрос: О чем то, что вы только что посмотрели? Начинают накидывать ответы. Следим, чтобы прозвучали такие фразы, как: работа в команде, взаимопомощь и выручка, смекалка, умение видеть и чувствовать друг друга, достичь одной цели, выйти из трудной ситуации.*

Многие из вас правильно заметили, что видео очень явно показывает нам пример того, как зачастую один из критически важных аспектов команды состоит в том, что команда должна быть в состоянии достичь результатов, которые превышали бы сумму вкладов ее членов»

Комментарий: наличие организационных моментов в тексте занятия, нехарактерный оформлению пособия разговорный стиль, плеоназм.

Правка: *«Основная тема видео – командное взаимодействие. Наверняка вы выделили такие особенности взаимодействия между героями, как:*

- *слаженная работа в команде;*
- *взаимопомощь в игровом процессе;*
- *эмпатия, уважение к чувствам и состоянию других игроков;*
- *достижение общей цели, с наличием личных мотивов;*
- *выход из трудной ситуации с использованием ресурсов каждого.*

Каждый из команды – определенный ресурс. Когда они работают на общую цель, сумма вкладов дает больше, чем 100%: это тот случай, когда 1+1 не

равно 2, а гораздо больше. Тем более, что ресурсов – целая хоккейная команда». Ссылка на видеоролик была оформлена в виде QR-кода и помещена в раздел «Дополнительные материалы».

Отредактированный текст пособия был расформирован по блокам и помещен в единый документ, в котором ожидал дальнейшего оформления и верстки.

4. ОФОРМЛЕНИЕ И ВЕРСТКА

4.1. Стилиевое решение и разработка фирменного стиля пособия

Стилиевое решение позволяет обеспечить текстовый продукт узнаваемостью и фирменным стилем, который сохраняется на протяжении всего оформления пособия: корпоративные цвета, повторяющиеся элементы, взаимосвязь используемых типов фигур и другие. Оформляя разделы методического пособия в готовый продукт, стало возможным создать полную адаптивность текста к восприятию читателя. Адаптивность текста – это набор свойств, влияющих на восприимчивость контента. В выборе универсальных элементов, таких, как шрифт, важно учитывать универсальность – один шрифт должен покрыть как можно больше требований, при этом сохранив однородность и читаемость.

Фирменные цвета – одна из главнейших составляющих корпоративного стиля, они фигурируют на всех элементах и носителях стиля – на логотипе, деловой документации, сувенирной продукции, рекламной полиграфии и др. Продуманное цветовое решение при разработке фирменных цветов – это одно из важнейших условий создания инфографики текста. «Тщательно подобранные цвета помогают выразить замысел дизайнера, усилить его эмоциональную составляющую и вызвать у зрителя нужные ассоциации» [15].

«Цвет – мощное средство воздействия на психику, как взрослого, так и ребенка. Психологами давно установлено, что цвета несут в себе ассоциации и создают настроение. Сила цвета заключается в том, что он способен обойти защитные механизмы нашего сознания и действовать на бессознательном уровне» [1]. В нашем случае используется два фирменных цвета – синий (оттенки), голубой и белый, что положительно влияет на запоминаемость, так как не использовано большое количество цветов. Белый – ахроматический цвет, который выступает контрастным, но нейтральным по своей сути, компаньоном синему цвету. Он не перегружает элементы фирменного стиля

излишними цветовыми нюансами, не притягивает к себе излишнее внимание и помогает сконцентрировать взгляд на форме и содержании элементов. Размещение белого текста на темном фоне положительно сказывается на восприятии его читателем.

Исходя из основы корпоративного оформления проекта, были выбраны три цвета для основного оформления пособия:

- оттенок синего (rgb(0,55,101));
- оттенок голубого (rgb(71,186,236));
- стандартный белый (rgb(255,255,255)).

Цвета заголовков текста чередовались в оформлении относительно основного цвета страницы. Кроме этого, в оформлении каждой лекции использовались дополнительные цвета, необходимые для разбавления строгости стиля и создания уникальности стиля инфографики текста.

В жизни организации наличие фирменного стиля выполняет следующие функции:

1. Имиджевая функция. Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие фирмы целевой аудиторией переносится и на ее продукцию. Многие люди считают качество товаров с известным товарным знаком намного превосходящим качество анонимных изделий.

2. Идентифицирующая функция. Фирменный стиль способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с организацией и их общее происхождение.

3. Дифференцирующая функция. Выделение продукта организации из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора [15].

Фирменный стиль создается с целью преследования нескольких задач: запоминаемость бренда путем транслирования логотипа и всех

разработанных элементов фирменного стиля на всех носителях; выделение бренда из конкурентных предложений при помощи использования в фирменном стиле оригинальных графических решений; создание образа и имиджа бренда.

К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы:

- логотип;
- основные и дополнительные фирменные цвета (в стандартах CMYK, Pantone, RGB);
- фирменный блок;
- фирменный лозунг (слоган);
- фирменная гамма цветов;
- фирменный комплект шрифтов;
- прочие фирменные константы.

Логотип – это ядро бренда, его графической оболочки. Его стилистика, основные черты должны прослеживаться во всем фирменном стиле. Именно логотип в первую очередь возникает в памяти при упоминании того или иного бренда. Логотип, в силу своих качеств и характеристик, может и должен воспроизводиться на абсолютно каждом носителе: будь то небольшой значок или огромный рекламный щит [3]. Таким образом, мы поместили логотип студенческого проекта на обложку методического пособия и дублировали его в некоторых лекциях.

Важной частью фирменного стиля являются постоянно используемые шрифты в оформлении текстовых материалов. Они, как и другие элементы фирменного стиля, должны соотноситься с его стержневой идеей, подчеркивать особенности образа марки, соответствовать специфике деятельности компании.

Использование фирменного стиля предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деловых бумагах, технической и деловой документации, упаковке продукции и пр.

В маркетинге существует такое понятие как координация дизайна. Это понятие подразумевает под собой выполнение в едином духе всего, что связано с организацией: от товарного знака до дизайна и оформления офиса. На всех этих носителях корпоративного фирменного стиля компании обязательно должны присутствовать так называемые константы фирменного стиля.

Каждая лекция включала в себя следующие объекты оформления:

1. Обложка с названием.
2. Инфографика текста.
3. Элементы графического дизайна.
4. Характерные стилевые особенности оформления для каждой лекции.
5. Обложка вывода.

Обложка методического пособия выполнена в стиле минимализма: на внешней обложке только узнаваемый логотип, а на внутренней яркий фон с темным текстом для создания серьезного восприятия и вызывания доверия источнику. Все пособие выполнено в триединых цветах и их различных сочетаниях, чтобы обеспечить постоянную смену визуального ряда, выделить акценты голубым тоном.

У Школы молодого лидера существуют корпоративные цвета, логотип и шрифт, создающие целостное представление о студенческом проекте, как о бренде. При создании методического пособия важно было учесть, что оно в том числе решает задачу узнаваемости бренда, в том числе при создании инфографики материала занятий проекта, которые могут использоваться вне обновленной программы.

4.2. Создание инфографики

Неотъемлемой частью оформления пособия стала инфографика текста, которая позволяла воспроизводить информацию не только на вербальном уровне, но и на визуальном.

Инфографика – это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную информацию; одна из форм графического и коммуникационного дизайна [6]. Клиповое мышление студентов, работающее на скоростное восприятие информации, обозначило ориентиры на оформление пособия: максимум информации в минимуме изображений, лаконичность повествования и сдержанность элементов. В местах, где использование элементов оформления инфографики было непродуктивно, оставлялся текст во всем его объеме с выделением ключевых моментов и обозначением заголовков.

Элементы оформления, составляющие части инфографики текста:

- градиенты;
- рамки и фоны для текста;
- стикеры;
- фотосетки;
- геометрические фигуры и линии;
- авторские эскизы.

Цитаты, оформленные при помощи инфографики, помогли привлечь внимание, задействовать клиповое мышление читателя. Такие цитаты легче воспринимаются и несут в себе весь смысл абзаца, изложенного на странице пособия. Была использована, например, строка из стихотворения Заболоцкого: *«Сосуд она, в котором пустота, или огонь, мерцающий в сосуде?»*. Цитата, отражающая содержание блока лекции о самопознании, служит примером, на который может опираться студент-лектор при ведении занятия.

Фотографии были загружены и обработаны, их форма и насыщенность были изменены в соответствии с идеей оформления страницы. Сами фотографии были предоставлены фотографами проекта или взяты из личных архивов команды организаторов. Некоторые изображения были заимствованы из открытого источника, основного ресурса для создания и оформления пособия – «Canva.com».

Были выбраны изображения, которые имели непосредственное отношение к ШМЛ: фотографии с символикой или студентами, фотографии участников прошлых лет и уровней студенческого проекта. Тем самым мы хотели подчеркнуть, что «Школа молодого лидера» – это люди, которых можно встретить в повседневной жизни университета. Если в качестве цитат были использованы выражения участников проекта, тогда в подписи к цитате мы использовали не только имя студента, но и его фотографию для персонализации обращения к читателю.

Иногда изображения были помещены на фон самой страницы, что позволяло ставить на них визуальный акцент, на некоторые изображения был применен эффект полупрозрачности, чтобы, наоборот не отвлекать внимание от главного, создавая соответствующее настроение лекции.

Так как это пособие для подготовки лекторов, было важно сделать не только красочную картинку, но и отразить серьезность источника. Основная функция пособия – обучение, и только там, где информация требовала дополнительных цветов, чтобы передать эмоциональность текста, были использовали другие цветовые гаммы, в основном же текст был оформлен в корпоративных цветах и различных его сочетаниях.

Таблицы и графики, представленные в научной литературе, были оформлены с учетом стилевого решения. Текст был оформлен в таблицы с целью отражения взаимосвязи элементов, чтобы систематизировать и упростить текст для понимания.

В оформлении инфографики одним из наиболее часто используемых элементов были выбраны руки в разных интерпретациях – от символа одобрения до взаимопомощи, коммуникации, взаимовыручки, привлечения внимания и других смыслов, подчеркивающих содержание текста. Метафорически оформленное пространство на страницах с объемным количеством образовательного материала, делает его простым для восприятия, так как часть смысла передается образно. В инфографике использовались элементы с коннотацией закрепления, усвоения. Элемент

«стрелка» – часть инфографик, реализующий функцию направления. Элемент «вопросительный знак» – вопрос лектора в зал.

При оформлении пособия был разработан универсальный для всех лекций способ создания инфографики текста. Осуществлялось это посредством использования различных элементов дизайна и сочетания его между собой, интеграции текста в одно изображение. В некоторых случаях изображение было помещено фоном под текст, с необходимой долей прозрачности для обеспечения читаемости материала.

Итоги лекции также важно было оформить соответственно стилю общей инфографики. Лекторы, использующие методическое пособие для подготовки, имели возможность прочитать выводы в одном емком абзаце. Оформленный в инфографику текст с учетом стилизованного решения необходимо было расположить на страницах пособия вместе с декоративными элементами.

4.3. Верстка и расположение элементов

Задачей верстки является создание удобочитаемой, привлекательной и технически грамотно оформленной информации. В рамках филологического проекта необходимо было, чтобы текст воспринимался последовательно, удерживая внимание читателя на ключевых элементах повествования.

Инструментом для верстки текста и расположения элементов дизайна послужил интернет-ресурс «Canva.com», включающий в себя функции создания фирменного стиля и инфографики, что отвечает поставленным задачам по созданию проекта.

Альбомная ориентация была выбрана с целью отличия от привычных методических пособий, которые студенты используют в образовательном процессе, и выделения новизны оформления по сравнению с аналогичными академическими проектами, вызывая этим интерес у читателя.

Верстка образовательного материала включала в себя следующие этапы:

1. Формирование текстового материала по блокам.

Текстовый материал каждой лекции был разделен по блокам, вмещающимся в поле страницы. Таким образом, перед расположением самого текста на страницах пособия был сформирован документ с предварительным планом размещения. Некоторые страницы текста на этом этапе запланированы в развороте, о чем свидетельствует визуальное оформление, связывающее две страницы одними элементами.

2. Расположение по страницам с учетом логики повествования.

В каждом заголовке был использован корпоративный шрифт, как и во всем тексте материала, начертание – «полужирный». Цвет текста выбирался исходя из палитры страницы: в зависимости от фона мог быть белым, голубым или синим для того, чтобы визуально выделяться на странице. Часто располагался на полях, вертикально или горизонтально, с целью привлечения внимания читателя и создания уникальности лекции, в которой использовался подобный способ расположения элементов. Сам текст в некоторых случаях располагался на полупрозрачных рисунках, отражающих суть лекции, в которую прикреплен. В некоторых моментах расположения текста на странице обнаружилось ограничение возможностей используемого ресурса: выравнивание «по ширине» было недоступно, и, как следствие, большая часть работы над стройностью расположения текста была сделана вручную.

3. Дополнение инфографикой.

Расформированный по страницам текст был дополнен инфографикой для заполнения пространства, исключая нагруженность образовательного материала. Заголовки к инфографике каждой лекции располагались, обтекая информацию.

4. Дополнение декоративными элементами.

Первые страницы начинаются с изображения ЮУрГУ, что поддерживает принципы принадлежности проекта родной альма-матер. Текст обтекает каркас университета, подчеркивая его величие

(Приложение №2, рис. 6). Использовались для расположения элементов поля и чередовались цвета элементов декораций. Определения были выделены соответствующими цветами для привлечения внимания.

Последним этапом верстки стала нумерация страниц на стикерах корпоративного цвета, органично вписывающихся в стиль пособия.

5. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

В результате проекта было создано методическое пособие для обучения лекторов «Школы молодого лидера», содержащее всю информацию об обновленной программе проекта, общим объемом 196 страниц, выпущено 22 экземпляра стоимостью 2300 рублей за штуку. Печать осуществлялась в центре рекламных технологий и оперативной печати ЮУрГУ.

Методическое пособие было высоко оценено заказчиком, в лице начальника управления по внеучебной работе ЮУрГУ Светланы Александровны Юдочкиной, а также работа над проектом ШМЛ была отмечена благодарностью ректора (Приложение №4).

Была проведена подготовка оргкомитета проекта по обновленной программе пособия, что способствовало повышению качества, как подготовки лекторов проекта, так и уровня самого проекта, который получил качественную методическую базу для дальнейшего использования ее во время проведения лекций программы. Созданные инфографики легли в основу презентаций и наглядного материала при проведении занятий ШМЛ и могут использоваться на постоянной основе при организации программы ежегодно.

Поставленная управлением по внеучебной работе задача о возможности предоставления опыта студенческого проекта в другие вузы также была выполнена: через месяц после печати пособие было представлено на всероссийском конкурсе на лучшую организацию органов студенческого самоуправления «Лидер 21 века», где получило экспертную оценку.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненный проект представляет собой филологический продукт, удовлетворяющий требованиям заказчика. Все занятия успешно переработаны и оформлены в едином стиле, текст представлен в визуально доступных для усвоения инфографиках, а также подвергся тщательной редакторской правке и обработке. Была создана общая структура пособия, опираясь на которую материал был расформирован по блокам.

Управление по внеучебной работе ЮУрГУ в лице Светланы Александровны Юдочкиной, начальника УВР, оценило проект с точки зрения доступности и соответствия требованиям к оформлению.

В пособии удалось учесть особенности восприятия студентами массива развивающей информации. Клиповая организация мышления вызывает необходимость поиска другого подхода к визуализации текста, так как вербальное мышление не справляется с поставленной задачей. По требованиям современного времени материал должен подаваться ярко, коротко и быть визуально информативным. У современных обучающихся преобладают визуальные механизмы, обеспечивающие возможность переработки информационных потоков с большой скоростью и более целостно, одномоментно.

Оформление сыграло важную роль в обучении. Созданные инфографики использовались не только для обучения лекторов, но и при организации образовательной программы.

Научный стиль, отличающийся такими особенностями, как отвлеченность и обобщенность, отсутствие образности и скрытая эмоциональность изложения, был трансформирован в научно-популярный для более легкого и продуктивного восприятия читателем академической информации.

В ходе создания проекта были реализованы филологические компетенции: умение анализировать информацию, работать с разными стилями текста, редактирование и правка текста.

Дополнительным преимуществом созданного проекта является тот факт, что оформленные материалы занятий могут быть использованы в дистанционном формате работы с участниками.

Итогом стал филологически цельный материал, который представляет собой не только пособие для работы с участниками интерактивных занятий, но и PR-продукт студенческого проекта, выполняющий функцию представительства на региональных и всероссийских площадках. В дальнейшем возможна реализация подобного проекта с другими целями и в других организациях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Базыма, Б. А. Психология цвета : монография / Б. А. Базыма. – М. : Речь, 2005. – 375 с.
2. Воронова, А. В. Научно-популярные тексты как объект функционально-стилистического анализа / А. В. Воронова // Актуальные проблемы изучения русского языка и методики его преподавания. – 2016. – № 2 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnye-teksty-kak-obekt-funktsionalno-stilisticheskogo-analiza/viewer> (дата обращения: 06.04.2020).
3. Добробабенко, Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки / Н. С. Добробабенко. – М. : Инфра-М, 2009. – 316 с.
4. Ивонина, А. И. Современные направления теоретических и методических разработок в области управления: роль soft-skills и hard-skills в профессиональном карьерном развитии сотрудников / А. И. Ивонина О. Л. Чуланова, Ю. М. Давлетшина // Интернет-журнал «Науковедение» – 2017. – Т. 9, № 1 [Электронный ресурс]. – URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/90EVN117.pdf> (дата обращения: 20.01.2019).
5. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина. – 3-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 464 с.
6. Кучерова, А. В. Визуализация учебной информации в процессе обучения рисунку / А. В. Кучерова // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 2 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=28> (дата обращения: 05.03.2020).
7. Лазаревич, Э. А. С веком наравне: популяризация науки в России. Книга. Газета. Журнал / Э. А. Лазаревич. – М. : Книга, 1984. – 384 с.
8. Мильчин, А. Э. Методика и техника редактирования текста / А. Э. Мильчин – М. : Книга, 1972. – 320 с.
9. Морозов, В. В. Бизнес-тренинг как по нотам / В. В. Морозов – Челябинск : Энциклопедия, 2017. – 565 с.

10. Опросник «Уровень субъективного контроля» [Электронный ресурс]. – URL: <https://psylab.info> (дата обращения: 09.01.2019).
11. Психологические принципы обучения взрослых / К. Фопель ; отв. ред. И. А. Скоробогатова. – М. : Генезис, 2010. – 315 с.
12. Редакторское мастерство в России 16 – 19 вв. Опыт и проблемы / К. М. Накорякова ; под ред. профессора А. В. Западова. – М., 1973. – 591 с.
13. Сикорский, Н. М. Теория и практика редактирования / Н. М. Сикорский. – М. : Высшая школа, 1980. – 328 с.
14. Соболева, О. В. Обучающий потенциал научно-популярного текста: к вопросу об экспрессивности научной / О. В. Соболева // Методические аспекты общего и профессионального образования. – 2016. – № 2 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchayuschiy-potentsial-nauchno-populyarnogo-teksta-k-voprosu-ob-ekspressivnosti-nauchnoy-rechi/viewer> (дата обращения: 07.05.2019).
15. Студия логотипов LogoBrand Фирменный стиль [Электронный ресурс]. – URL: <https://logobrand.ru/opredelenie-firmenii-stil.php> (дата обращения: 07.05.2020).
16. Фопель, К. Технология ведения тренинга. Теория и практика / К. Фопель ; отв. ред. И. А. Скоробогатова. – М. : Генезис, 2015. – 267 с.
17. Фрумкин, К. Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста // К. Г. Фрумкин. – М. : Топос, 2010. – № 9 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.topos.ru/article/7371> (дата обращения 07.05.2020).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. РАЗРАБОТКА КОНСПЕКТА ФАКУЛЬТАТИВНОГО ЗАНЯТИЯ

Факультатив «Базовый курс Школы молодого лидера» (1 курс)

Аннотация

Факультатив «Базовый курс Школы молодого лидера» представляет собой программу из 9 занятий, посвященных различным навыкам soft-skills. Есть возможность выбора практических занятий (экспириенсов). Факультатив предполагает три занятия в неделю. В программе рассматриваются ряд надпрофессиональных навыков, которые необходимы человеку для успешной жизнедеятельности: лидерство, тайм-менеджмент, навык планирования, креативного мышления и т. д. Учащиеся знакомятся со структурой университета, внеучебной деятельностью, что способствует формированию патриотической культуры и адаптации к обучению в вузе. Занятия способствуют освоению новых знаний и умений учащихся на собственном практическом опыте. Особенность факультативной программы – включение в круг профессионального образования еще и развитие надпрофессиональных компетенций.

Цель факультативных занятий – создать условия для развития надпрофессиональных компетенций на базе ЮУрГУ, способствовать адаптации первокурсника к обучению в вузе.

Тематическое планирование

№	Тема занятия	Название занятия	Форма занятия	Часы
1.	Вводное занятие о сути проекта	«Путь вверх»	Лекция	2 ак. часа
2.	Самоопределение, подходы к пониманию лидерства	«По ту сторону зеркала»	Лекция	2 ак. часа
3.	Основы мотивации и целеполагание	«Покоряя себя»	Лекция	2 ак. часа
4. Экспириенс по выбору				
4.1.	Тайм-менеджмент и навыки планирования	«Поезд времени»	Практическое занятие	2 ак. часа
4.2.	Диджитал-развитие, ведение профилей в социальных сетях	«Поколение DIGITAL;»	Практическое занятие	2 ак. часа
4.3.	Мотивация достижения	«Хотеть нельзя попробовать»	Практическое занятие	2 ак. часа
5.	Креативное мышление	«От нейронов к Шекспиру»	Лекция	
6.	Особенности межличностной коммуникации	«Есть контакт»	Лекция	2 ак. часа
7. Экспириенс по выбору				
7.1.	Самопрезентация и	«Лучшая версия	Практическое	2 ак. часа

	имидж	себя»	занятие	
7.2.	Навыки командной работы, взаимодействие внутри коллектива	«Наперегонки с ветром»	Практическое занятие	2 ак. часа
7.3.	Стратегии эффективных переговоров	«На ринге»	Практическое занятие	2 ак. часа
8.	Возможности университета	«Твой разный – твой лучший»	Лекция	2 ак. часа
9.	Подведение итогов курса	«И еще о важном...»	Лекция	2 ак. часа

**Конспект занятия «Школы молодого лидера» ЮУрГУ
для студентов 1 курса «Покоряя себя».**

Тема занятия: Основы мотивации и целеполагание

Цель занятия: систематизировать знания учащихся о мотивации и целеполагании в ходе практического занятия.

Задачи занятия:

1. Обеспечить усвоение студентами понятия мотивации и его связи с целеполаганием.
2. Сформировать умение формулировать цель с использованием технологии SMART.
3. Обеспечить усвоение представлений о ключевых ресурсах достижения цели на интерактивном опыте.

Тип занятия: комбинированный.

Методы и приемы: объяснительно-иллюстративный, частично-поисковый, эвристический.

Форма организации учебной деятельности: групповая.

Средства обучения: презентация, тетради, раздаточный материал.

Ход урока

Этап урока	Время	Содержание	Примечания
I. Орг. момент	5 минут	Л: Добрый день, участники Школы молодого лидера! Сегодня на занятии мы с вами поговорим о том, что такое мотивация, углубим наши знания о том, как стоит ставить цель, чтобы достичь результата, и даже узнаем, почему стоит поторопиться, чтобы достичь всего, чего хочешь в жизни.	Презентация, тетради
II. Актуализация опорных знаний	10 минут	Наше занятие сегодня называется «Покоряя себя». Как вы думаете, почему, почему у занятия именно такое название? <i>С: потому что мы будем говорить о том, как бороться с ленью?</i> Л: Действительно, мы будем говорить о том, как замотивировать себя что-то делать и почему возникает лень или не достигаются цели. Л: Хочется сразу у вас спросить: а зачем вы здесь? Сидите уже на третьей лекции ШМЛ. Какая у вас мотивация? <i>С: хотим развиваться дальше; интересно с этими людьми, интересно, что будет дальше.</i> Л: Все, что вы назвали – это те потребности, которые у вас есть и они	

		<p>удовлетворяются именно здесь, что и заставляет вас приходить на занятия. Это и есть мотивация.</p> <p>Л: В целом, мотивация – это система факторов, побуждающих человека к действию с целью удовлетворения потребностей и достижения конкретных целей</p> <p>Мотив – это опредмеченная потребность, т.е. конкретное предметное воплощение потребности. На слайде вы видите, как соотносятся мотив и потребность.</p> <p>Л: А можете ли вы привести пример мотива и потребности?</p> <p>С: <i>Хочу пить – потребность, хочу выпить именно кока-колу – мотив.</i></p>	
<p>III. Изучение нового материала</p>	<p>40 минут</p>	<p>Л: Отлично! Мы разобрались с тем, откуда появляется наша мотивация что-то делать. Существуют два типа мотивации:</p> <p>внешняя мотивация и внутренняя. Внешняя – побуждение или принуждение что-то делать внешними стимулами. Страх, что мама будет ругать за неудовлетворительную оценку заставляет готовить домашнее задание тщательнее.</p> <p>Внутренняя же – мотивация, которую человек носит в себе, вне зависимости от внешнего окружения.</p> <p>Л: Какая мотивация у вас преобладает в жизни? Кто может привести пример обоих случаев мотивации?</p> <p><i>Студенты приводят примеры из жизни</i></p> <p>Л. Лучше всего людей мотивируют их мечты или цели. Важно понимать, что мечты и цели – разные, но связанные между собой понятия. Давайте сформируем эту связь.</p> <p>1) Сначала у человека появляется мечта. Она еще достаточно абстрактная и не очень конкретная, зато очень вдохновляющая. Мечты – это то, что мы хотели бы получить, при этом действия по их достижению здесь не предполагаются.</p> <p>Пример: Василий Н. мечтает стать лучшим во всем. Каждый вечер, когда он едет с пар домой, он представляет, каким он может быть: заходит в университет, здоровается с каждым вторым, блистает</p>	<p>Презентация, тетради</p>

		<p>на парах, а после них интересно проводит время, все у него получается, все он успевает. Но пока это просто мечта, которая греет его в холодной маршрутке по вечерам.</p> <p>Сейчас объединитесь в мини-группы по 4 человека и поделитесь тем, о чем вы мечтали в детстве и мечтаете сейчас.</p> <p><i>Студенты работают в мини-группах</i></p> <p>2) Со временем эта мечта формируется во что-то более конкретное, и становится целью. Цель – это конкретное желание воплотить мечту в жизнь. На этом этапе наша мотивация, наконец, дает нам силы. действовать.</p> <p>Пример: наш Василий понял, что он хочет быть не просто лучшим, а умным, организованным и харизматичным активистом, который успешно занимается внеучебной деятельностью в университете к концу первого курса.</p> <p>В тех же группах поделитесь друг с другом, какие ваши мечты воплотились в жизнь и что вы для этого делали.</p> <p><i>Студенты работают в мини-группах.</i></p> <p>3) Цель требует разработки плана. Таким образом, она разбивается на задачи, они еще более конкретны.</p> <p>Пример: Одним осенним вечером Василий садится и пишет, как он может стать тем, кем хочет. Чтобы развиваться, он составляет список книг, онлайн-курсов для организации своего развития он ходит в школу молодого лидера, чтобы научиться делать что-то ценное и значимое.</p> <p>Запишите в тетради одну свою цель и шаги по ее достижению.</p> <p>4) И затем нужно начать действовать. Тут без дисциплины никуда – иначе какой смысл в плане, который вы себе составили?</p> <p>Однако, не все цели достигаются. Почему одни цели работают, а другие так и остаются только на бумаге? Все дело в том, как цель сформулирована, если точно соблюдать все важные составляющие, то есть шанс довести мечту до реальности, – «SMART».</p> <p>Давайте разберемся поподробнее.</p> <p>Specific: Конкретный</p> <p>Убедитесь в том, что ваша цель</p>	
--	--	--	--

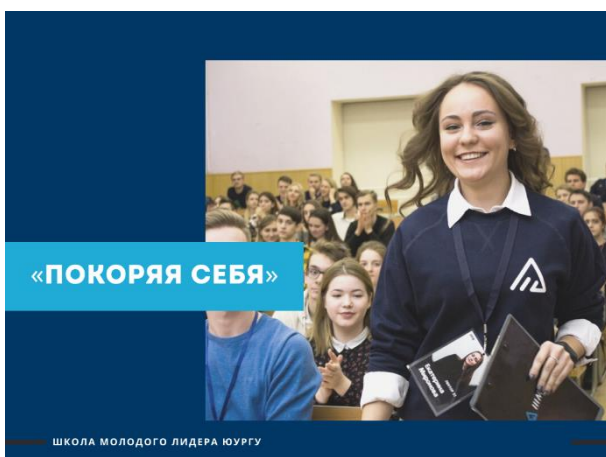
		<p>максимально конкретна и ясна вам самим. (Пример: Хочу поехать в Америку летом 2019 года.);</p> <p>Measurable: Измеримый Не забывайте измерять свою цель промежуточными результатами. Уделяйте внимание промежуточным задачам на пути к достижению цели (Пример: нужно оформить документы, досрочно сдать сессию, купить билеты);</p> <p>Achievable or Attainable: Достижимый Оценивайте ситуацию адекватно. Не ставьте перед собой заоблачных целей, убедитесь, что она достижима. Всегда помните о том, что помимо ваших собственных сил и ресурсов (внутренних факторов) существуют еще и различные обстоятельства, которые от вас не зависят (внешние факторы). Только в случае, когда вы учитываете все факторы, вы сможете достичь свою цель. (Пример: к моменту приезда в США у меня будет достаточно денег на первое время (фактор зависит от меня, потому что я могу заработать эти деньги), въезд в США не закрыт (внешний фактор, о котором нужно помнить).</p> <p>Relevant: Значимый Для определения значимости цели важно понимать, какой вклад решение конкретной задачи внесет в достижение глобальных стратегических задач. В постановке значимой цели поможет следующий вопрос: Какие выгоды принесет решение поставленной задачи?</p> <p>Time bound: Ограниченный во времени Устанавливайте сроки. Точный период выполнения – одна из главных составляющих цели (с 26 мая по 27 сентября 2019 г.), иначе достижение ваших целей может растянуться на года.</p> <p>Л. Теперь вместе попробуем сформулировать одну вашу мечту в цель. Может, кто-то хочет поделиться, что получилось?</p> <p><i>Ответ студента</i></p>	
IV. Изучение нового материала.	10 минут	<p>Говорят, цель оправдывает средства. А откуда эти средства взять?</p> <p>Мы не будем говорить о материальных ресурсах, не будем строить план, как заработать миллион рублей. Мы поговорим о вас.</p>	Презентация

		<p>Каждый из вас – золотая шахта ресурсов. Кто-то еще не открыл себя, кто-то уже много лет добывает то самое золото, которое помогает расти и достигать своих целей. Мотивация – одна из задач руководителя, если он хочет достигать больших целей и не один, а в команде.</p> <p>Вам, потенциальным лидерам, необходимо понять очень важную вещь: правильное распределение ресурсов – ключ к успеху в достижении цели.</p> <p>Одни из основных ресурсов, с которыми нужно уметь работать руководителю, – человеческие. Правильно найти команду, распределить ответственность, раскрыть потенциал каждого человека в твоей команде – все это грамотное управление человеческими ресурсами.</p> <p>Активист-единоличник – редкое явление. Мы каждый день работаем в разных командах, поэтому не стоит недооценивать важность именно человеческих ресурсов.</p> <p>Если мы представим, что каждый человек – это отдельный ресурс, то стоит сказать, что у многих активистов есть особенность – пахать в поте лица. Работать в этой золотой шахте 24/7, изнашивая свой личный энергетический ресурс. Мы говорили о том, что мотивированный, но сидящий на месте человек перегорает. В этом случае можно и вовсе сгореть.</p>	
<p>V. Интерактивная работа, опыт учащих на практике</p>	<p>15 минут</p>	<p>Л. Есть один, пожалуй, самый ценный ресурс. Он есть абсолютно у каждого, эффективно его используют немногие, а жалеют на его нехватку практически все, догадываетесь, о чем речь?</p> <p>Правильно, время.</p> <p>Вы не задумывались, как много людей жалеют о том, чего не сделали в молодости? «Эх, а сейчас бы я мог быть...» – хотя бы раз вы что-то подобное точно слышали.</p> <p>У всех нас есть только один шанс прожить жизнь без сожалений. Хотя на самом деле таких шансов как минимум 4692.</p> <p>Интерактив: «90 лет в неделях»</p> <p>Л. Кто-то знает, что это? Если нет, то что это по-вашему?</p> <p>Вы видите 4500 клеточки. Каждая из них</p>	<p>Презентация, тетради, раздаточный материал</p>

		<p>– это одна неделя вашей жизни, все они мало по малу вытекают в одну жизнь, а именно в 90 лет жизни.</p> <p>Сейчас каждый из вас получит аналогичную табличку. Закрасьте примерно столько недель, сколько вы уже прожили.</p> <p>Что вы сейчас чувствуете?</p> <p><i>Ответ студента</i></p> <p>Л. В таблице на слайде отмечены недели, на которых оборвалась жизнь известных миру людей. Каждый из них оставил какой-то след в обществе, кто-то успел стать великим и талантливым творцом, а кто-то грозным и всеразрушающим злодеем с трагичной судьбой. Все они, так или иначе, шли за своей целью.</p> <p>Каждый из нас хочет прожить свою жизнь как можно насыщенной. Оглянитесь назад. Многие закрашенные недели были насыщенными и яркими, как хотелось бы? Многие из них вы вряд ли вспомните, а некоторые из них на сегодняшний день были самыми лучшими.</p>	
VI. Инструктаж домашнего задания	5 минут	<p>Л. Надеюсь, все вы поняли, как важно жить и достигать целей вовремя. Дома мы просим вас оформить 3 заветные мечты в цель по технологии «SMART», чтобы уже завтра приступить к воплощению их в реальность.</p>	
VII. Подведение итогов	5 минут	<p>Л. Сегодня мы разобрали такую тему, как мотивация и целеполагание, попробовали на практике один из инструментов. Есть ли у вас какие-то вопросы?</p> <p>Что мешает вам с таким же рвением идти и воплощать свои цели в реальность? Делать новые открытия, не важно, в физике, астрономии, в самом себе? То, какими будут именно ваши недели – зависит только от вас.</p> <p>Мечтайте, горите и делайте, хватайтесь за шанс достичь новых высот и сделать жизнь ярче. Ведь время – слишком ценный ресурс, чтобы тратить его на бессмысленные цели! Спасибо за внимание!</p>	

Методические материалы к уроку

Приложение 1. Презентация



«ПОКОРЯЯ СЕБЯ»

ПОНЯТИЕ «МОТИВАЦИЯ»

ЭТО СИСТЕМА ФАКТОРОВ, ПОБУЖДАЮЩИХ ЧЕЛОВЕКА К **ДЕЙСТВИЮ** С **ЦЕЛЮ** УДОВОЛТВОРЕНИЯ **ПОТРЕБНОСТЕЙ** И ДОСТИЖЕНИЯ КОНКРЕТНЫХ ЦЕЛЕЙ

ШКОЛА МОЛОДОГО ЛИДЕРА ЮУРГУ

«ПОКОРЯЯ СЕБЯ»

ВНЕШНЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ

ЭФФЕКТИВНЕЕ МОТИВАЦИЯ, ИСТОЧНИКОМ КОТОРОЙ ЯВЛЯЕШЬСЯ ТЫ САМ. ВНЕШНИЕ ИСТОЧНИКИ СПОНТАННЫ И ИМЕЮТ СВОЙСТВО ИСЧЕЗАТЬ И ПОЯВЛЯТЬСЯ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ УСЛОВИЙ ЖИЗНИ И ЛИШЬ НА ВРЕМЯ

ШКОЛА МОЛОДОГО ЛИДЕРА ЮУРГУ

«ПОКОРЯЯ СЕБЯ»

МОТИВ И ПОТРЕБНОСТЬ – В ЧЁМ РАЗНИЦА?

МОТИВ — ЭТО ОПРЕДЕЛЕННАЯ ПОТРЕБНОСТЬ, Т.Е. КОНКРЕТНОЕ ПРЕДМЕТНОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ.

ПРИМ.:
ХОЧУ ОТДОХНУТЬ – ПОТРЕБНОСТЬ;
ХОЧУ ПОЛЕЖАТЬ НА ДИВАНЕ – КОНКРЕТНЫЙ МОТИВ.

ШКОЛА МОЛОДОГО ЛИДЕРА ЮУРГУ

«ПОКОРЯЯ СЕБЯ»

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

SPECIFIC: КОНКРЕТНЫЙ
MEASURABLE: ИЗМЕРИМЫЙ
ACHIEVABLE OR **A**TAINABLE: ДОСТИЖИМЫЙ
RELEVANT: ЗНАЧИМЫЙ
TIME BOUND: ОГРАНИЧЕННЫЙ ВО ВРЕМЕНИ

ШКОЛА МОЛОДОГО ЛИДЕРА ЮУРГУ

«ПОКОРЯЯ СЕБЯ»

РЕСУРСЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ

ВНУТРЕННИЙ **РЕСУРС КАЖДОГО** – ЗОЛОТАЯ ШАХТА ВОЗМОЖНОСТЕЙ
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ТАКЖЕ ОГРАНИЧЕНЫ НО ОСОБЕННО ЦЕННЫ СВОЕЙ РАЗНОРОДНОСТЬЮ.
ПОМНИ ПРО НЕТВОРКИНГ!

ШКОЛА МОЛОДОГО ЛИДЕРА ЮУРГУ

«ПОКОРЯ СЕБЯ»

ВРЕМЯ

КАК ПРОЖИТЬ ПОЛНОЦЕННУЮ ЖИЗНЬ БЕЗ СОЖАЛЕНИЙ? ЗАКРАШИВАТЬ НЕДЕЛИ ЯРКИМИ ВОСПОМИНАНИЯМИ!

МОТИВИРУЙ СЕБЯ ДОСТИГАТЬ

ШКОЛА МОЛОДОГО ЛИДЕРА ЮУРГУ

«ПОКОРЯ СЕБЯ»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Приложение 2. Раздаточный материал

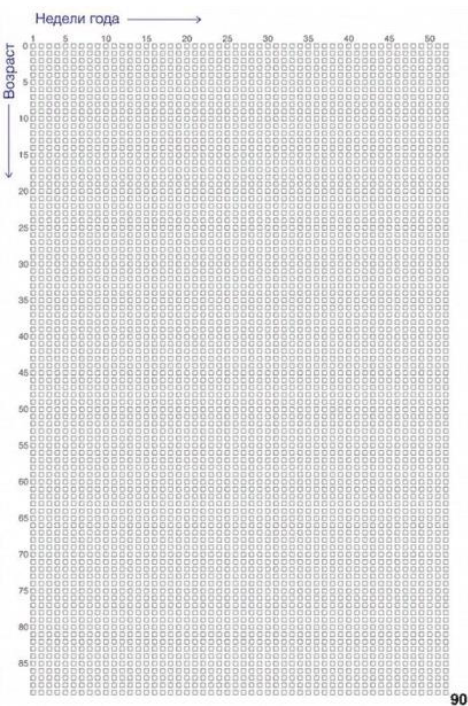


Рис. 1 «Время в неделях»

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРИМЕРЫ СТРАНИЦ ПОСОБИЯ



Рис. 1 Вступительное слово. Содержание пособия



Рис. 2 Примеры обложки названия лекции

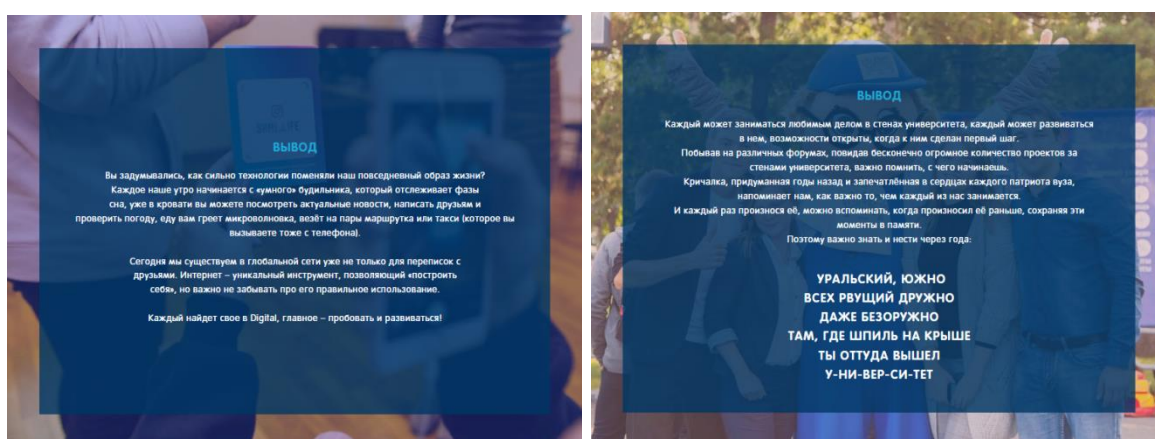


Рис. 3 Примеры обложки вывода лекции

Как вы думаете, какова средняя продолжительность жизни человека?

70 лет. В часах это

157680 / 617897 часов

Столько из них уже примерно прожил среднестатистический первокурсник

Возьмите листочки и нарисуйте круг. Этот круг олицетворяет нашу жизнь, примерно 618 000 часов. Теперь можете смело закрашивать треть своего круга. Это то время, которое мы тратим на сон.

177

114

Как это делают в рекламе

Знаменитый «Фольксваген Жук» не сразу стал популярным в Америке. На фоне модных тогда «кадиллаков» небольшая машинка выглядела дешевой и неказистой. Однако с легкой руки опытного рекламиста Бернбаха «Жук» превратился в глазах потенциальных покупателей в «демократичный и недорогой европейский автомобиль» и стал первым признанным американцами иностранным авто (завод Volkswagen тогда находился в собственности Великобритании).

Рекламный прием № 3 Особенности

Список все еще с тобой? Теперь обрати внимание на столбик с недостатками. Обычно все недостатки делятся на два вида: те, которые можно изменить, и те, с которыми нужно смириться. Первые возьми на заметку и распиши, какими способами ты их сможешь изменить. А вот вторая группа — это самое интересное. Если ты обладательница маленького роста, но мечтаешь стать высокой, согласишься, вряд ли ты вдруг вырастешь. Будь честна с самой собой и прими этот «недостаток», потому что, на самом деле, это твоя особенность. Помнишь: «мал золотник, да дорог»? Пример «Жука» тому подтверждение.

Как воплотить в жизнь

Рис. 4 Оформление инфографики текста занятия

ТЕСТЫ


Опросник «Уровень субъективного контроля»

Цель - определение локуса контроля в различных ситуациях. Выделенные шкалы: контроль в ситуациях достижения, в ситуациях неудачи, в области производственных и семейных отношений, в области здоровья.
Количество вопросов: 44
Время выполнения: 15 минут

Тест Белбина

Цель - Диагностика функционально-ролевых позиций в команде.
Количество вопросов: 77
Время выполнения: 30 минут

ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ



194

Рис. 5 Пример оформления блока дополнительных материалов

Основным условием обеспечения целостности в обучении soft-skills – знание и понимание задач и контекста их применения.

Таким образом, надпрофессиональные навыки определяются Чулановой О.Л. как совокупность знаний, умений, навыков и мотивационных характеристик работника в сфере взаимодействия между людьми, умения грамотно управлять своим временем, умения убеждать, ведения переговоров, лидерства, эмоционального интеллекта, обладающих эмерджентностью необходимых для успешного выполнения работы и соответствующих требованиям должности, и стратегическим целям организации. Это характеристика потенциального качества, позволяющего описать практически все элементы готовности персонала к эффективному труду в заданной ситуации на рабочем месте в трудовом коллективе.

Навыки soft-skills важны как на работе, так и в жизни. Основная часть этих навыков используется для достижения поставленных целей. И чем выше человек поднимается по карьерной лестнице, тем большую роль в его жизни играют социальные навыки, а профессиональные навыки отходят на второстепенный план, поэтому, как известно, 70% тренингов и различных курсов ориентируются на освоение навыков soft-skills. В профессиональной сфере успех человека на 85% зависит от надпрофессиональных навыков, и на 15% от навыков специализации, поэтому довольно часто на собеседовании просят пройти тесты или задать вопросы, не имеющие практически ничего общего с профессиональными навыками, присущими определенной деятельности.

Рис. 6 Пример верстки текста и расположения элементов

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ ОСО ЮУРГУ

Интервьюер: *Как стать активистом? Какие возможности предлагает ЮУрГУ?*

Виктор: Как только студент поступает на первый курс, перед ним открываются двери не только в учебную, но и во внеучебную жизнь. Первые шаги к узнаванию новых возможностей мы помогаем сделать на фестивале «Успешный ЮУрГУ» – масштабном мероприятии для всех первокурсников ЮУрГУ, на котором представлены все студенческие объединения. А студенческие советы проводят школы актива, на которых рассказывают о том, чем занимаются. Их цель – адаптация к внеучебной деятельности в вузе. Проходит «Школа молодого лидера», самый крупный проект нашего вуза, конкурс «ЮУрГУ в лицах». Также ребята узнают о возможностях заниматься наукой, творчеством и спортом и, таким образом, находят себя там, где это интересно.

И.: *Кто занимается внеучебной работой в университете?*

В.: В структуру внеучебной работы университета входят три ключевых организации. Во-первых, это управление по внеучебной работе – структурное подразделение университета, контролирующее все внутренние процессы. Объединенный совет обучающихся – орган студенческого самоуправления, цель которого найти точки соприкосновения молодежных студенческих объединений. И профком, который защищает права студентов.

И.: *Чем именно занимается ОСО?*

В.: ОСО выполняет функцию представления студенческого мнения, создает общее пространство для деятельности всех студенческих объединений.

И.: *А какие есть студенческие объединения в ЮУрГУ?*

В.: Всего их 25, студенческих объединений и клубов по интересам. Также 11 студенческих советов, функционирующих каждый на своем институте или высшей школе. Например, «Культурно-массовая комиссия» организует самые крупные культурно-массовые мероприятия университета, такие как «Мисс и Мистер ЮУрГУ». «Ассоциация иностранных студентов» помогает иностранным студентам адаптироваться и найти друзей, чтобы их студенчество ничем не отличалось от нашего. Или «Система студенческого кураторства», которая готовит студенческих кураторов, которые являются проводниками для будущих первокурсников. И многие другие объединения, в которых каждый может найти себя.

И.: *Чем отличается студенческий совет от студенческого объединения?*

В.: Это звено между студентами и администрацией университета. Студсовет помогает доносить важную информацию и помогает силами студенчества реализовывать задумки управления по внеучебной работе. Например, студенческий уголок в восточном крыле главного корпуса, где можно провести свободное время между парами, был сделан руками студентов. Также это площадка для развития. Цель ребят со студсовета – сделать жизнь рядовых студентов яркой и насыщенной.

И.: Как устроен внутренний механизм ОСО?

В.: Председатель ОСО выбирается голосованием на 2 года. У нас нет официального членства, каждый студент ЮУрГУ – часть совета. Есть председатель и его заместители по различным направлениям: спорт, творчество, студгородок, студсоветы, отдел профильных объединений, ШСТО, отдел общих вопросов, волонтерский центр, медиа-центр. Все вместе мы составляем единый механизм актива вуза.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО ПРОЕКТУ



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**Отзыв
на методическое пособие для лекторов
«Школы молодого лидера» ЮУрГУ**

В 2018 году Южно-Уральский государственный университет стал победителем Всероссийского конкурса молодежных проектов среди вузов, получил грантовую поддержку от Росмолодежи на реализацию студенческого проекта «Школа молодого лидера», в рамках которого было запланировано создание методического пособия для подготовки организационного комитета проекта. К выполнению задачи были привлечены Юлия Олеговна Белькова, директор консультативного центра «ТОП-500» ЮУрГУ и Никита Денисович Башиков, студент кафедры русского языка и литературы ЮУрГУ.

Методическое пособие представлено к использованию в краткие сроки и отвечает поставленным требованиям:

- пособие содержит 15 обновленных лекций с учетом нового вектора развития студенческого проекта;
- материал лекций изложен в доступной и понятной форме;
- материал лекций визуально адаптирован.

Были учтены пожелания по визуальному оформлению лекций и разработке структуры пособия.

Во время работы над пособием авторы вносили предложения по улучшению качества материала, которые повысили уровень итогового продукта.

Авторы пособия проявили высокий уровень ответственности и профессионализма, в дальнейшем хотелось бы продолжить сотрудничество на постоянной основе.

Начальник УВР

С. А. Юдочкина

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



БЛАГОДАРНОСТЬ

ОБЪЯВЛЯЕТСЯ

Организатору
проекта «Школа Молодого Лидера»

БАННИКОВУ
Никите Денисовичу

за большой личный вклад и высокий уровень ответственности
при реализации проектов, отобранных по итогам
Всероссийского конкурса молодежных проектов
среди образовательных организаций
высшего образования в 2018 году

Ректор



А. Л. Шестаков