

ВІДГУК

**офіційного опонента на дисертацію Кот Валерії Геннадіївни
«Психологічні умови професійної самореалізації працівників
сфери рекламного бізнесу», подану на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук зі спеціальності
19.00.07 – педагогічна та вікова психологія**

Проблема професійної самореалізації є вельми актуальною на усіх етапах розвитку суспільства та пов'язана із спроможністю людини у вибраній справі, професіоналізмом, самореалізацією її творчих можливостей, якістю життєдіяльності в цілому. Дисертаційне дослідження Кот Валерії Геннадіївни розкриває зростаючий інтерес психологічної науки до проблеми професійної самореалізації особистості, здатної ефективно діяти в умовах соціальних трансформацій та відповідної підготовки фахівців. Це стосується й рекламної індустрії, яка останніми роками динамічно й бурхливо розвивається в Україні, завдяки чому збільшується потреба у професіоналах рекламної сфери, здатних вести проекти, інтегруючи ресурси всіх аспектів рекламної справи у конструктивному, соціально значущому напрямі.

Натомість, аналізуючи процес підготовки майбутніх фахівців для рекламної сфери, дисертантка виявляє низку проблем, зумовлених неконкретністю кваліфікаційних вимог до рівня підготовки випускників, відсутністю єдиних професійних стандартів підготовки майбутніх працівників сфери рекламного бізнесу, невизначеністю змісту, психологічних, організаційно-методичних умов такої підготовки.

Визначення об'єкта, предмета та мети дослідження свідчить про високий рівень наукової культури дисертантки. Завдання адекватні визначеній проблематиці. Вибір використаних методів дослідження загалом забезпечує досягнення мети і реалізацію поставлених завдань.

На основі аналізу й узагальнення теоретичних підходів до проблеми

самореалізації В. Г. Кот розкриває як сутність професійної самореалізації особистості, так і чинників, що сприятимуть даному процесу загалом і для фахівців рекламної сфери, зокрема.

Слід відмітити, що при аналізі наукової літератури автор не просто висвітлює погляди різних фахівців щодо зазначеної проблеми – в роботі простежується авторська позиція, її особисте ставлення до проблеми.

Вона вдало проаналізувала кожен напрям наукових розробок, а також їх взаємозв'язок, з огляду на їх теоретичні та прикладні досягнення, вказуючи на те, що сучасний стан вивчення проблеми, професійної самореалізації вимагає інтегруючого переосмислення, поєднання різних теоретико-експериментальних і концептуальних підходів.

Логічно побудована автором структура роботи дала їй можливість досягти мети роботи, виконати завдання дослідження, здобувши значущі для психологічної науки в теоретичному та практичному аспекті результати.

Заслуговує на увагу наукова новизна результатів дисертаційної роботи В. Г. Кот, зокрема, щодо визначення й обґрунтування змісту та структури професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу, виокремлення складових, критеріїв, показників та умов професійної самореалізації працівників рекламної сфери.

Так, у першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу» логічно й чітко подані теоретико-методологічні засади дослідження – від визначення змісту поняття «професійна самореалізація», специфіки професійної діяльності працівників сфери рекламного бізнесу, до створення теоретичної моделі професійної самореалізації з виокремленням складових, психологічних чинників та умов, що сприяють професійній самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу.

Дисертантка вдало визначає емпіричний шлях дослідження складових, психологічних чинників та умов професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу у другому розділі дисертації «Емпіричне

дослідження складових, психологічних чинників та умов професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу». Для дослідження професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу авторка використовує сукупність діагностичних методів (анкетування, тестування, контент-аналіз, метод самооцінки та експертної оцінки), використання яких дозволило отримати суттєві, статистично значущі дані щодо рівнів професійної самореалізації, її психологічних чинників, та на їх основі визначити психологічні умови (розвиток, набуття та активізація виявлених професійно-значущих цінностей, знань, умінь, навичок та особистісних якостей), підтвердити вірогідність теоретичної моделі професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу.

При цьому як позитивний факт слід відзначити, що результати дослідження підлягали статистико-математичному опрацюванню, пошуку латентних зв'язків між досліджуваними параметрами на основі факторного й кластерного аналізів з використанням сучасних комп'ютерних програм обробки даних (у тому числі, статистичної програми SPSS).

Не можна не відзначити з позитивного боку практичну значущість дисертації, яка особливо чітко виявляється у третьому розділі «Психологічна програма сприяння професійній самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу», в якому представлена авторська «Психологічна програма сприяння професійній самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу». Основною концептуальною ідеєю даної програми виступає актуалізація особистісних задач професійного саморозвитку за рахунок виявлених психологічних умов професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу.

Чітко визначені і науково обґрунтовані зміст, структура, форми і методи активного соціально-психологічного навчання дозволили дисертантці реалізувати на практиці основний принцип психологічної програми сприяння професійній самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу, що полягає у поступовості набуття й вдосконалення професійно значущих

психологічних знань, умінь, навичок, особистісних якостей, у розвитку мотиваційної установки на прагнення до професійної самореалізації та подальшого саморозвитку. Про це, зокрема, свідчать статистично значущі зміни у рівнях складових та загальному рівні професійної самореалізації, у збільшенні кількості працівників з високим рівнем професійної самореалізації та у зменшенні кількості працівників з низьким рівнем в експериментальній групі. У той час, як у контрольній групі статистично значущих змін у рівнях професійної самореалізації зафіксовано не було.

Отже, проведена експериментальна робота довела ефективність авторської програми, що виявляється у створенні спеціальних психологічних умов, які забезпечують позитивний вплив на рівень професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу, сприяючи її розвитку.

Висновки і результати дослідження є достовірними, оскільки забезпечені кількісним та якісним аналізом, обробкою емпіричних даних із застосуванням адекватних методів математичної статистики, та, загалом, свідчать про реалізацію поставлених завдань й досягнення мети дисертаційного дослідження.

У авторефераті й публікаціях дисертації Кот Валерії Геннадіївни розкриті основні результати теоретичного аналізу окреслених проблем, емпіричного дослідження та формувального експерименту, а також відображено основні висновки. Автореферат повністю відповідає змісту дисертації.

Оцінюючи позитивно дисертаційну роботу В. Г. Кот, разом з тим, ми хотіли б висловити певні зауваження та побажання щодо окремих її положень.

1. Визначаючи специфіку професійної діяльності працівників рекламної сфери, дисертантка приділяє доволі велику увагу тим особливостям їх підготовки, що утруднюють професійну самореалізацію в майбутньому. Натомість на подальших, емпіричних етапах дослідження окреслені положення не знайшли достатнього відображення.

2. У дослідженні встановлено, що працівникам чоловічої статі властивий більш високий рівень професійної самореалізації, ніж жінкам, причому з віком така тенденція посилюється. На наш погляд, цей висновок потребує додаткового роз'яснення.

3. У розділі 3.2, описуючи формувальний експеримент, бажано більш детально висвітлити етапи впровадження психологічної програми сприяння професійній самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу.

Висловлені зауваження та побажання не знижують його значущості та не зменшують високої позитивної оцінки виконаної роботи, засвідчуючи, певною мірою, перспективність і відкритість досліджуваної проблеми.

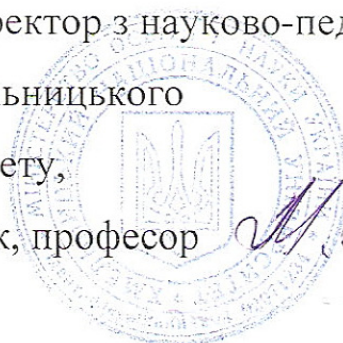
Загалом, дисертаційне дослідження Кот В. Г. «Психологічні умови професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу», відповідає чинним вимогам пп. 9,11,12,13 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника» щодо кандидатських дисертацій, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 року, а її авторка заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата психологічних наук зі спеціальності 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія.

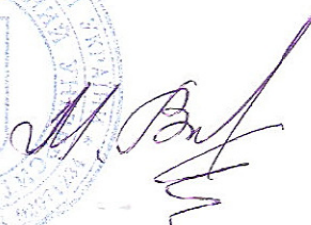
Офіційний опонент,
кандидат психологічних наук, доцент
професор кафедри психології та педагогіки
Хмельницького національного
університету

 Т. В. Комар

Підпис Комар Т.В. засвідчую:

Перший проректор, проректор з науково-педагогічної
та наукової роботи Хмельницького
національного університету,
доктор економічних наук, професор





М. П. Войнаренко