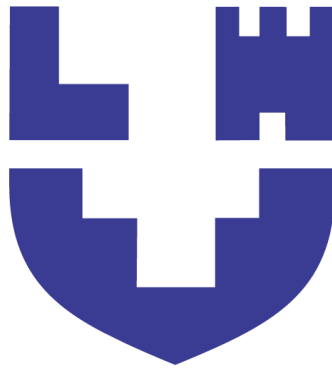


**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет**



ПСИХОЛОГІЯ МАСМЕДІА

Методичні вказівки до практичних занять
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньої програми Медіакомунікації та PR
галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація
та міжнародні відносини
спеціальності С7 Журналістика
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2025

УДК 316.77:070(67)

П-86

До друку

Голова вченої ради факультету освітніх, цифрових та соціальних технологій _____ Г. А. Герасимчук

Затверджено вченою радою освітніх, цифрових та соціальних технологій ЛНТУ, протокол № ___ від « ___ » _____ 2025 року

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ
Директор бібліотеки _____ Н. П. Поліщук

Рекомендовано до видання на засіданні кафедри іноземної та української філології ЛНТУ, протокол № ___ від « ___ » _____ 2025 року.

Завідувач кафедри іноземної та української філології _____ А.П. Мартинюк

Укладач: _____ А. М. Губіна, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземної та української філології ЛНТУ

Рецензент: _____ К.І. Шкарлатюк, кандидат психологічних наук, доцент кафедри соціогуманітарних технологій ЛНТУ;

Відповідальний за випуск: _____ А.П. Мартинюк, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземної та української філології ЛНТУ

Психологія масмедіа. Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми Медіакомунікації та PR, галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини, спеціальності С7 Журналістика денної та заочної форм навчання/ уклад. А. М. Губіна. Луцьк : Відділ іміджу та промоції ЛНТУ, 2025, 136 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку практичних занять, зміст кожного заняття, перелік питань до іспиту, додатки.

Призначене для здобувачів вищої освіти спеціальності С7 Журналістика освітньої програми «Медіакомунікації та PR».

© А.М.Губіна, 2025

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	6
ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ІСПИТУ	119
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	
ДОДАТКИ	125

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Мета вивчення дисципліни

Навчальна дисципліна «Психологія масмедіа» посідає важливе місце у підготовці фахівця, який розуміє природу і закономірності інформаційно-комунікаційних відносин, особливості й методологію використання медійних продуктів та спроможний ефективно застосовувати психологічні знання та вміння для роботи у медійній галузі.

Мета курсу – формування у студентів компетентностей, пов'язаних із необхідністю аналізу психологічних аспектів процесів медіавиробництва та медіаспоживання, розвивати медіаграмотність студентів.

Завдання вивчення дисципліни:

- ознайомити студентів з основними поняттями курсу «Психологія масмедіа»;
- висвітлити соціально-психологічні проблеми медіа як соціальної реальності людського суспільства;
- сформувати у студентів розуміння психологічної складової медіавиробництва і медіаспоживання, особливостей впливу медіапродукції на свідомість і поведінку її споживачів;
- розвивати медіаграмотність студентів;

Проведення практичних занять має на меті засвоєння студентами теоретичних та практичних знань для їх подальшого застосування у професійній діяльності. Практичні заняття передбачають перевірку домашнього завдання студентів, яке вміщує різні види діяльності (відповіді на запитання за темою лекції, створення презентацій, виконання реферативних доповідей, виконання різноманітних практичних вправ тощо). Також перевіряються конспекти самостійно опрацьованих тематичних питань, які не розглядаються під час лекцій. Відбувається розгляд та опрацювання окремих теоретичних питань, з залученням додаткових засобів демонстрації та закріплення знань.

Завданнями проведення практичних занять є:

- закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих на лекціях;
- сприяти практичному засвоєнню студентами набутих знань.

СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ МАСМЕДІА»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин								Контрольні заходи
	денна форма				заочна форма				
	усього	у тому числі			усього	у тому числі			
		л	п	сам. роб. (в т. ч. інд./ КПІЗ р.)		л	п	сам. роб. (в т. ч. інд./ КПІЗ р.)	
1 семестр.									
Змістовий модуль 1. Психологія медіавиробництва									
Тема 1. Психологічні засади особистісної та масової комунікації	16	4	6	6	16	1	1	14	МО ₂ МО ₄ МО ₃
Тема 2. Індивідуально-психологічні особливості особистості журналіста	18	4	6	8	16	1	1	14	МО ₂ МО ₇
Тема 3. Командно-груповий характер діяльності журналіста.	18	4	6	8	15		1	14	МО ₂ МО ₄ МО ₅ МО ₇
Тема 4. Лідерство та керівництво редакційним колективом	18	4	6	8	16	1	1	14	МО ₂ , МО ₇
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	70	16	24	30	63	3	4	56	
Змістовий модуль 2. Психологія медіасприймання									
Тема 5. Маніпуляція масовою свідомістю	18	4	6	8	19	1	2	16	МО ₂ / МО ₄ МО ₅ МО ₇
Тема 6. Психологія конфлікту та журналістика	18	4	6	8	19	1	2	16	МО ₂ МО ₄ , МО ₅
Тема 7. Імідж у роботі журналіста	18	4	6	8	18	1	1	16	МО ₂ МО ₇
Тема 8. Стресостійкість та психологічна медіабезпека	11	2	3	6	16		1	15	МО ₂ МО ₄ , МО ₃
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	65	14	21	30	72	3	6	63	
<i>Виконання КПІЗ</i>	15			15	15			15	МО ₇ МО ₉
Всього за семестр	150	30	45	75	150	6	10	134	

**ТЕМИ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПСИХОЛОГІЯ МЕДІАВИРОБНИЦТВА

ТЕМА1: ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОСОБИСТІСНОЇ ТА МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Практичне заняття № 1.1 (2 год)

Тема: Аналіз комунікативних процесів та предмету психології масмедіа

Мета: Закріпити розуміння основних понять психології масмедіа, проаналізувати класичну модель комунікації та навчитися розрізняти індивідуальну й масову комунікацію у сучасних умовах.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Визначення поняття “психологія”
2. Одне з головних завдань психології.
3. Що вивчає психологія мас-медіа?
4. Що в центрі уваги психології мас-медіа?
5. Назвіть вищу форму психологічного зв’язку між людьми.
6. На якій психологічній моделі ґрунтується феномен “комунікація”?
7. Охарактеризуйте визначення масової комунікації.
8. Особливості міжособової (індивідуальної) і масової комунікації.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Психологічні функції масмедіа в суспільстві
2. Роль масмедіа у формуванні соціальних установок та поведінки

Джерела інформації:

1. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420с.
2. Іванова Т. Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу: навчальний посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 178 с. https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnist_ta_kritichne_AUP24.pdf
3. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко– 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 146 с.
4. What is Media Psychology? And Why You Should Care: веб-сайт. URL: <https://www.apadivisions.org/division-46/about/rutledge-media-psychology.pdf>
5. Богуш Л. А. Вплив медіа на формування громадської думки у світі https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/52.pdf
6. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Барішполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдюнова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська]; за наук. ред. Л. А. Найдюнової, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - К. : Міленіум, 2014. 348 с
7. Медіапсихологія [Електронний ресурс] : електрон. метод. рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з курсу для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. О. О. Порпуліт. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2023. 23 с.

8. Лубкович І. Соціальна психологія масової комунікації : [підруч. для студ. ф-тів та від-нь журналістики] / Ігор Лубкович. Львів : ПАІС, 2013. С. 147.
9. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. Різун. К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни, а також розглянути нижче подану інформацію.

Визначення предмету психології масмедіа.

Психологія масмедіа – порівняно молода наукова галузь психології, що вивчає закономірності психічної діяльності. Вона вивчає поведінку та переживання "виробників" (працівників ЗМІ) і "споживачів" (реципієнтів) журналістської продукції.

Особливим предметом дисципліни «Психологія масмедіа» згідно з джерелами (лекція) є: а) психологія медіавиробництва та б) психологія медіасприймання. Пояснити, що охоплює кожен із цих напрямів (наприклад, психологія медіасприймання охоплює вплив ЗМІ на знання, переконання, мораль, агресію людей).

Модель комунікації Шеннона і Вівера : «Повідомлення – Сигнал – Сприйнятий сигнал – Повідомлення».

Три обов'язкові компоненти будь-якого комунікативного процесу: комунікатор (суб'єкт, що повідомляє), реципієнт/аудиторія (об'єкт, що сприймає) та повідомлення (сама інформація).

Згідно з цією тріадою, читання газет, слухання радіо або перегляд ТБ вважаються процесом односторонньої комунікації, коли інформація передається *тільки в одному напрямі*. Хоча масова комунікація є переважно одностороннім потоком, обмін інформацією в ній може бути взаємним, зазначає І. М. Лубкович.

Практична частина

Диференціація видів комунікації

Завдання 1. : Проаналізувати, як Інтернет використовується для різних видів комунікації. Навести приклади використання Інтернету для:

- Індивідуальної (міжособової) медіакомунікації (наприклад, інтенсивний обмін інформацією електронною поштою між двома знайомими людьми).
- Класичної масової комунікації (наприклад, розповсюдження радіостанціями своїх матеріалів через Інтернет).

Завдання 2. : Використовуючи погляди професора В. В. Різуна, порівняти характеристики особистісного спілкування (більшою мірою діалогічне, спрямоване на формування особистісних структур) і масового спілкування (монологічне, директивне, часто має агітаційно-пропагандистський характер). Навести приклади.

Завдання 3. Прослухати та обговорити відгуки студентів про матеріали ЗМІ за зразком. (Джерело зразка завдання: Підручник: Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. С. 10-20).

Практичне заняття 1.2. (2 год)

Тема: Медіареальність, гіперреальність та маніпуляція інформацією

Мета: Дослідити, як медіа конструюють реальність, вивчити концепції стереотипу (Ліппман) та симулякра (Бодріяр), а також проаналізувати роль інформації як стратегічного товару.

Питання для обговорення (теоретична частина):

- 1 Чому інформацію вважають найголовнішим стратегічним товаром?
2. Зв'язок медіапсихології з іншими галузями наукового знання
3. Теорія громадської думки Уолтера Ліппмана
4. Що таке симулякр?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Комунікативні бар'єри у медійному середовищі
2. Інформаційна насиченість та її вплив на сприйняття реальності

Джерела інформації:

1. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420с.
2. Бодріяр, Жан. Симулякри і симуляція / Пер. з фр. В. Ховхун. К.: Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2004. 230 с.
3. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко – 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 146 с.
4. Кодекс етики українського журналіста https://vseosvita.ua/library/kodeks-etiki-ukrainskogo-zurnalista-272197.html?utm_source=chatgpt.com
5. What is Media Psychology? And Why You Should Care: веб-сайт. URL: <https://www.apadivisions.org/division-46/about/rutledge-media-psychology.pdf>
6. Богуш Л. А. ВПЛИВ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ У СВІТІ https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/52.pdf
7. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Барішполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдюнова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська] ; за наук. ред. Л. А. Найдюнової, Н. І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - К. : Міленіум, 2014. 348 с
8. Медіапсихологія [Електронний ресурс] : електрон. метод. рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з курсу для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. О. О. Порпуліт. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2023. 23 с.
9. Лубкович І. Соціальна психологія масової комунікації : [підруч. для студ. ф-тів та від-нь журналістики] / Ігор Лубкович. Львів : ПАІС, 2013. С. 147.
10. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. Різун. К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
11. Критичне мислення. <https://inrespublica.org.ua/novyny/rozvytok-krytychnogo-myslennya-komu-dlya-chogo-i-yak.html>

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни, а також розглянути нижче подану інформацію.

Концепція та приклади стереотипів (за У. Ліппманом):

Переглянути презентацію Теорія громадської думки У. Ліппмана
<https://prezi.com/nw4wz4xskmzi/presentation/>

Згідно з Уолтером Ліппманом, який ввів це поняття в широкий науковий обіг, стереотип – це прийнятий в історичній спільності зразок сприйняття, фільтрації, інтерпретації інформації при розпізнаванні та впізнанні навколишнього світу, заснований на попередньому соціальному досвіді.

Стереотипи об'єднуються у системи стереотипів, які постають як повсякденні уклади, вірування, навчання, соціальні інститути тощо, і відомі під назвою «соціальна реальність».

У контексті масової комунікації та формування громадської думки, стереотипні схеми є запозиченими заготівлями, які люди використовують для інтерпретації та фільтрації інформації, що стосується суспільних подій (так звана Громадська думка з маленької літери). Реципієнти реагують не на емпіричну реальність, а на її відображення у медіа («псевдооточуюче середовище»).

Джерела детально ілюструють, як стереотипні схеми використовуються для маніпулювання свідомістю та поведінкою. Одним із найяскравіших прикладів, наведених у контексті маніпулювання свідомістю:

Стратегічні стереотипи (Пропагандистська «козирна карта»): Російські засоби масової інформації використовують як «козирну карту» такі стереотипні, але хибні схеми, як нацизм, фашизм, «бандерівщина». Ці стереотипи, згідно з пропагандою, нібито загрожують російській державі, «як це робили колись мазепівці, петлюрівці». Це ілюстрація того, як медіаконтент спирається на "запозичені заготівлі стереотипних схем" для конструювання "псевдооточуючого середовища".

Ці приклади демонструють, як стереотипи слугують інструментом для цілеспрямованої зміни свідомості та поведінки чималого загалу людей, впливаючи на їхню психіку, дії та вчинки. Кінцева мета такого маніпулювання – сформувати свідомість до такого стану, коли подальша поведінка та алгоритм дій відповідають поставленим завданням.

Приклади фрагментів медіаконтенту та ситуацій, що ілюструють ключові концепції – стереотип, медіареальність та гіперреальність, – спираючись на надані джерела:

1. Фрагменти медіаконтенту, що ілюструють СТЕРЕОТИПИ

Стереотип, згідно з Уолтером Ліппманом, – це прийнятий в історичній спільності зразок сприйняття, фільтрації, інтерпретації інформації, що ґрунтується на попередньому соціальному досвіді. Цей зразок створює «псевдооточуюче середовище», на яке реципієнти реагують, а не на саму емпіричну реальність.

Пропагандистська «Козирна карта» (злам психологічного захисту): Найбільш чіткий приклад стереотипу як інструменту маніпуляції надається у контексті російських ЗМІ. Використання як «козирної карти» таких стереотипних і хибних схем, як нацизм, фашизм, «бандерівщина».

Мета ілюстрації: Російські засоби масової інформації тотально «прострілюють» інформаційний простір брехнею та клепами. Вони стверджують, що ці «схеми» нібито загрожують російській державі, «як це робили колись мазепівці, петлюрівці».

Таке цілеспрямоване маніпулювання інформацією слугує для формування свідомості до такого стану, коли поведінка та дії людей відповідають поставленим завданням.

Використання «Запозичених заготівель». Будь-яке медіаповідомлення про суспільні події (public affairs), де для їхньої інтерпретації використовуються поширені серед інших людей та запозичені заготівлі стереотипних схем, інтерпретацій, моралі. Ці «заготівлі» спрямовують гру уяви та саме бачення подій.

2. Фрагменти медіаконтенту, що ілюструють ГІПЕРРЕАЛЬНІСТЬ (Віртуальну реальність)

Концепції медіареальності та гіперреальності (Ж. Бодріяр, М. Кастельс) ілюструють ситуації, коли медіа переходять від відображення реальності до її конструювання.

Приклади, що ілюструють конструювання гіперреальності та симулякри:

1. Змодельована реальність на ТБ:

Демонстрація реальності за допомогою телевізійної камери та режисерського монтажу. Навіть якщо цей монтаж зовні позбавлений авторського підтексту і цілком нейтральний, він все одно є змодельованою реальністю.

Мета ілюстрації: Показати, що журналістське відображення реальності не тотожне самій реальності.

2. Симулякри та занурення у віртуальність:

Будь-яке зображення, копія того, чого насправді не існує. Це поняття може стосуватися яких завгодно речей і смислів.

Мета ілюстрації: Згідно з Бодріяром, симулякр – це образ, який маскує відсутність реальності або існує сам собою (четвертий етап еволюції образів). У цьому випадку медіапродукт створює ефект реальності, яка виробляється образами реального.

3. Реальна віртуальність (за Кастельсом):

Віртуальна реальність, що поглинає досвід: Медіаконтент, де сама реальність повністю схоплена і занурена у віртуальні образи.

Мета ілюстрації: Віртуальні образи та зовнішні відображення, які передаються через медіа, не просто є екраном, через який передається досвід, а самі стають досвідом. Це і є «реальна віртуальність».

Практична частина

1. Інформація як стратегічний товар та маніпуляція.

Завдання 1.1. (Роль інформації): Обговорити твердження, що інформація є чи не найголовнішим стратегічним товаром, здатним тримати людину під контролем і впливати на її психіку, дії та вчинки.

Завдання 1.2. (Мета маніпуляції): Визначити кінцеву мету маніпулювання інформацією: формування свідомості до такого стану, коли поведінка та дії відповідають поставленим завданням.

Завдання 1.3. (Психологічний захист): Пояснити, що найважливішою умовою успішної маніпуляції є «руйнування психологічного захисту людини, тих засад, на яких тримається його здатність до критичного сприйняття інформації».

2. Стереотипи та громадська думка

Завдання 2.1. (Стереотип за Ліппманом): Засвоїти поняття стереотипу, яке ввів Уолтер Ліппман. Стереотип – це прийнятий в історичній спільності зразок сприйняття, фільтрації та інтерпретації інформації, заснований на попередньому соціальному досвіді.

Завдання 2.2. (Медіареальність vs. Реальність): Обговорити концепцію У. Ліппмана про «псевдооточуюче середовище», створене ЗМК, і його тезу, що реципієнти реагують не на емпіричну реальність, а на її відображення у медіа. Визначити, що журналістське відображення реальності не тотожне самій реальності.

Завдання 2.3. (Рівні громадської думки): Розмежувати Громадську думку з маленької літери (знання про світ, що впливає з суспільних подій, де використовуються запозичені стереотипні схеми) та Громадську Думку з великої літери (образ реальності, відповідно до якого діють групи або індивіди, наприклад, державні діячі).

3. Концепція гіперреальності та симулякри

Завдання 3.1. (Еволюція образів): Проаналізувати кількаступеневу еволюцію образів, запропоновану Ж. Бодріаром:

◦ 1 етап: образ відображає реальність.....

.....

◦ 4 етап: образ стає **симулякром**, який маскує відсутність реальності або існує сам собою.

Завдання 3.2. (Визначення симулякра): Дати визначення **симулякру**. Пояснити, що медіа переходять від відображення реальності до конструювання та створення **гіперреальності**. Спробувати віднайти приклади симулякру у медіа.

Завдання 3.3. (Реальна віртуальність): Обговорити думку М. Кастельса про «**реальну віртуальність**», де сама реальність повністю занурена у віртуальні образи, і ці зовнішні відображення стають самим досвідом.

4. Студентські відгуки про матеріали засобів масової інформації.

Прослухати та обговорити відгуки студентів про матеріали ЗМІ за зразком. (Джерело зразка завдання: Підручник: Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. С. 10-20).

Практичне заняття 1. 3. (2 год)

Тема: Застосування Кодексу етики українського журналіста та розвиток критичного мислення

Мета: Ознайомитися з ключовими етичними нормами професійної діяльності та навчитися застосовувати алгоритм критичного мислення для оцінки медіаповідомлень.

Питання для обговорення:

1. Що таке критичне мислення?
3. Рівні критичного мислення
4. Типи критичного мислення
5. Принципи на яких базується критичне мислення
6. Алгоритм дій вирішення проблем з допомогою критичного мислення.
7. Як його тренувати?

8. Кодекс етики українського журналіста

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Психологічний вплив порушення етичних норм на суспільну довіру
2. Конфлікт етики та інформаційної вигоди: дилеми сучасного журналіста
3. Роль критичного мислення у формуванні інформаційної гігієни

Джерела інформації:

1. Кодекс етики українського журналіста / Затверджено НСЖУ 12.12.2013 р. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex>
2. Етичний кодекс українського журналіста URL: https://ms.detector.media/profstandarti/post/9799/2011-04-22-etychnyy-kodeks-ukrainskogo-zhurno-realista/?utm_source=chatgpt.com
3. Іванова Т. Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу: навчальний посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 178 с. https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnist_ta_kritichne_AUP24.pdf
4. Кодекс етики українського журналіста https://vseosvita.ua/library/kodeks-etiki-ukrainskogo-zurnalista-272197.html?utm_source=chatgpt.com
5. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Барішполец, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська]; за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - К.: Міленіум, 2014. 348 с
6. Міжнародна федерація журналістів. IFJ Global Charter of Ethics for Journalists. URL: <https://www.rcmediafreedom.eu/Tools/Legal-Resources/Legal-docs/IFJ-Global-Charter-of-Ethics-forJournalists>
7. Медіапсихологія [Електронний ресурс]: електрон. метод. рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з курсу для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. О. О. Порпуліт. Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2023. 23 с.
8. Критичне мислення. <https://inrespublica.org.ua/novyny/rozvytok-krytychnogo-myslennya-komu-dlya-chogo-i-yak.html>

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Практична частина

1. Аналіз норм Кодексу етики

Завдання 1.1. (Принцип служіння суспільству): Розглянути статтю про те, що служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста.

Завдання 1.2. (Факти та судження): Проаналізувати, як Кодекс вимагає чітко відокремлювати факти, судження та припущення. Обговорити, що неприпустимим є розповсюдження інформації, яка містить упередженість чи необґрунтовані звинувачення.

Завдання 1.3. (Збалансованість): Вивчити вимогу щодо збалансованого представлення точок зору опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, а також подання оцінок незалежних експертів.

Завдання 1.4. (Відповідальність та плагіат): Назвати дії, несумісні зі званням журналіста. (плагіат, незаконне отримання матеріальної винагороди, використ. служб. станов)

2. Етичний кейс-стаді

Завдання 2.1 : Ознайомитися з ситуаціями.

◦ *Кейс А:* Журналіст у репортажі називає підозрюваного в економічному злочині "корупціонером і злочинцем" до вироку суду.

◦ *Кейс Б:* Редакція публікує матеріал про конфлікт у школі, розкриваючи ім'я та прізвище неповнолітньої дитини, яка була учасником події, пов'язаної з насильством, без дозволу батьків.

◦ *Кейс В:* Журналіст використовує вибіркоче цитування соціологічних досліджень, що призводить до викривлення їхнього змісту.

Завдання 2.2. Визначити, які статті Кодексу етики українського журналіста порушено в кожному з кейсів. Журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо вона виявилася неправдивою.

3. Практика критичного мислення

Всесвітній економічний форум у Давосі регулярно складає перелік актуальних навичок, необхідних для успішної кар'єри. За останні роки критичне мислення піднялося у рейтингу цих навичок з 4 місця (навички для 2015 року) до 2 місця (навички, які будуть важливими у 2020 році і надалі). Уміння критично мислити постійно зростає в ціні.

Навички критичного мислення, які популяризують у XXI столітті, дають змогу не потонути в інформаційній лавині, не піддатися різного роду маніпуляціям, допомагають приймати зважені рішення, ефективно їх вирішувати та відстоювати їх. Критичне мислення допомагає нам в пошуку нових шляхів розв'язання проблем.

Розвиток критичного мислення є важливим, бо у світі, де має місце інформаційна війна та фейкові новини, важливо вміти розпізнавати інформацію, аналізувати джерела і мотиви, приймати зважені рішення. В період розвитку інформаційних технологій цінується вміння професійного пошуку необхідної інформації, здатність її проаналізувати, оцінити та застосувати.

Доволі велика кількість людей в наш час майже не працюють з інформацією. Вони можуть її прочитати чи переглянути. Однак не завжди вони можуть, або ж подекуди не хочуть її осмислити і зрозуміти. Як наслідок відсутній момент аналізу інформації.

<https://inrespublica.org.ua/novyny/rozvytok-krytychnogo-myslennya-komu-dlya-chogo-i-yak.html>

Критичне мислення – це наукове мислення, суть якого полягає в ухваленні ретельно обміркованих та незалежних рішень, що базується на законах логіки.

Принципи на яких базується критичне мислення

1) Критичне мислення ≠ упередженість і критиканство.

Людина, що володіє КМ, не критикує все й всіх підряд. Вона осмислює отриману інформацію, знаходить у ній протиріччя та лакуни, формує свою думку на основі фактів, а не з бажання комусь насолити.

2) Беріть час «на проаналізувати».

Уміння зачекати і не приймати швидких рішень – ще один критерій КМ. Особливо, коли вас мучать сумніви, то рішення краще відкласти і звертатися тільки до підтверджених фактів. А ще краще – до фактчекерів або експертів.

3) Зізнайтеся собі, що ви знаєте не все.

Не володіти якимось знаннями – нормально. Гірше думати, що ви все знаєте. Незнання – новий ресурс для зростання.

4) Вчіться не підтверджувати, а спростовувати інформацію.

Помилка підтвердження – наш приватний супутник. Якщо вам потрібно критично осмислити факт, шукайте інфо, яка буде його спростовувати. До нових фактів під час пошуку також слід відноситися упереджено.

5) Давайте раду тим фактам, що відволікають.

Тисячі джерел щодня роблять нашу увагу та інтелектуальні ресурси вразливими. Щоб не упустити важливі факти і відсіяти непотрібні – правильно формуйте інформаційні потреби.

6) Масштабуйте критичне мислення на інші життєві сфери.

КМ потрібне скрізь. Навіть на побутовому рівні. Задайтеся питаннями: могу я довіряти своєму лікарю, скільки разів в день можна пити каву, скільки цукру можна вжити протягом тижня?

Завдання 3.1. Використати алгоритм застосування критичного мислення для оцінки медіаповідомлення (наприклад, фейкової новини або пропагандистського матеріалу):

1. Зрозумій проблему (що саме стверджується?).
2. Шукай достовірну інформацію (мінімум два-три джерела).
3. Аналізуй отриману інформацію (чи підтверджують джерела один одного?).
4. Оцінюй варіанти, що існують та обирай кращий.
5. Вчися формувати та обґрунтовувати власні погляди.
6. Приймай правильні рішення і дій.

4. «Роль критичного мислення у формуванні інформаційної гігієни»

Завдання 1.4. Обговорити, як критичне мислення допомагає протистояти маніпуляціям, які свідомо намагаються зруйнувати здатність людини до критичного сприйняття.

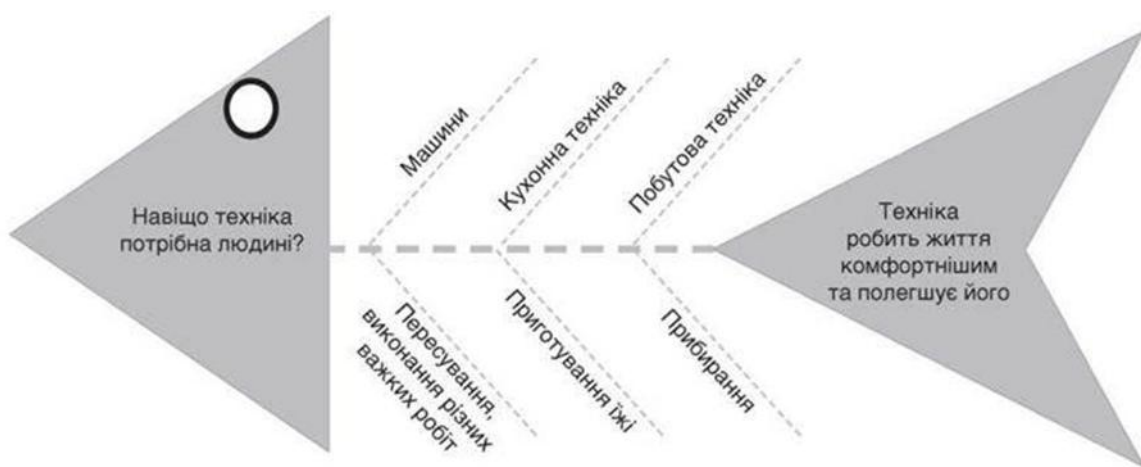
5. Як тренувати критичне мислення?

1. Метод FISHBONE:

Дослівно перекладається як “риб’яча кістка”. Не дарма, адже в основі схема, схожа на риб’ячий скелет. Ця конструкція допоможе швидко та точно проаналізувати проблему, виявити її причини та наслідки. В кінці потрібно лише знайти правильне рішення.

Принцип виконання:

У схемі є чотири блоки: голова, кістки та хвіст риби. Голова – тема, питання або проблема, що аналізується; верхні ребра – причини виникнення тієї чи іншої ситуації; нижні ребра – факти, які підтверджують причини чи поняття, що вказані верхніх ребрах; хвіст – висновки із заданої ситуації, або її рішення. Найважливіші поняття розміщуються ближче до голови.



2. Є більш прості, щоденні методи, які допоможуть розвинути критичне мислення.

1. Правильно засвоюй інформацію. Прочитай матеріал або переглянь відеоролик . Випиши основні тези, а потім відтвори прочитане чи почуте своїми словами, опираючись на записане.
2. Не забувай “брейнштормити”. Ця методика допомагає систематизувати знання і знаходити творчі рішення.
3. Пиши більше текстів самостійно. Не копіюй, а працюй з інформацією: аналізуй отримані дані, структуруй інформацію та роби власні висновки, це допоможе виробити критичне мислення на високому рівні. Думки спеціалістів досліджувати треба, але не для того, щоб заховати за ними власні. Щоб виконати цю вправу, спробуй написати рецензію на фільм або книгу.

ТЕМА 2 : ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСОБИСТОСТІ ЖУРНАЛІСТА

Практичне заняття № 2.1 (2 год)

Тема: Психологія особистості

Мета: Сформувати уявлення студентів про поняття «індивід», «індивідуальність», «особистість», окреслити індивідуально-психологічні властивості особистості в системі масмедіа, розглянути найпоширеніші у вітчизняній психологічній науці та практиці структури особистості.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Дайте визначення поняттям «індивід», «індивідуальність», «особистість» в управлінні.
2. Що є людською біологічною основою розвитку особистості у певних соціальних умовах?
3. Чи усім вдається стати індивідуальністю?
4. Що охоплює індивідуально-психологічна структура особистості ?
5. Індивідуально-психологічні властивості особистості в системі масмедіа.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Сенситивні періоди в житті людини і їх коди числа Фібоначчі

Джерела інформації:

1. Гоулман Д. Емоційний інтелект. Харків: Вид-во «Віват», 2018. 512 с.
2. Гоулман, Д. Емоційне лідерство: Мистецтво управління людьми на основі емоційного інтелекту / Деніел Гоулман, Річард Бояціс, Енні Маккі. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007.
3. Карпенко Є.В. Психологія емоційного інтелекту в дискурсі життєздійснення особистості. дисс.... докт. психол. наук: 19.00.07 / ДВНЗ «Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника». Івано-Франківськ, 2020. 497 с. https://www.oa.edu.ua/doc/dis/karpenko_dis.pdf
4. Кацавець Р.С. Психологія особистості. Навчальний посібник. Київ: Алерта, 2021. 134 с.
5. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко– 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
6. Кривопишина, О. А. Психологія журналістської творчості : конспект лекцій для студ. напряму 0302 «Журналістика та інформація» спец. 6.030201 «Журналістика» денної форми навчання / О. А. Кривопишина. - Суми : СумДУ, 2010. 129 с.
7. Максименко С.Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 272 с. https://pidru4niki.com/158407208622/psihologiya/zagalna_psihologiya
8. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. У 2 книгах. Книга 1. Соціальна психологія особистості і спілкування : Навчальний посібник. / Л.Е. Орбан-Лембрик. К.: Книги-XXI, 2010. 464 с.
9. Петрунько О.В. Діти і медіа:соціалізація в агресивному медіа середовищі. Ніжин, 2011. С.164-187.
10. Підгірна І. С. Індивідуальні стилі медіакомунікації підлітків. Наукові студії із соціальної та політичної психології : Збірник статей. К., 2015. С. 269-280.
11. Скрипченко О. В. Загальна психологія: Підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. К.: Либідь, 2005. 464 с.
12. Столяренко О.Б. Психологія особистості. Навчальний посібник. 2020, 280 с. https://pidru4niki.com/1584072030634/psihologiya/psihologiya_osobistost
13. <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/b61cf500-b1ae-45ad-913c-3abe53642ef4/content>
14. https://pidru4niki.com/17910211/psihologiya/zhittyevyi_shlyah_lyudini#406
15. https://pidru4niki.com/12120124/psihologiya/sensitivni_periodi_zhittya_kodi_chisla_fibonachchi
16. Іванова Т. Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу: навчальний посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 178 с. https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnist_ta_kritichne_AUP24.pdf
17. Покоління X, Y, Z. Різниця <https://www.youtube.com/watch?v=GzeSCjFx4YY>
18. Девід Стілман, Йона Стілман Покоління Z на роботі. 2019, 304 с.
19. <https://www.facebook.com/savvarestaurants/posts>

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури, переглянути презентацію лекції та скористатися тематичною інформацією з конспекту лекцій курсу цієї дисципліни.

Розглянути найпоширеніші у вітчизняній психологічній науці та практиці структури особистості О. Г. Ковальова, К. К. Платонова, С. Д. Максименка та С. А. Мула, В. В. Рибалки, які належать до одновимірних, двовимірних і тривимірних, проаналізувавши статтю Хохліної О.П. «Проблема структури особистості у психології», 2016.

<http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789/1005/1/2.pdf>.

Практична частина

1. Підготувати презентації-виступи:

1. Структура особистості за З. Фрейдом та Г. Юнгом
2. Сенситивні періоди в житті людини і їх коди числа Фібоначчі

2. Тест «Що Ви за птах?»

Відповідаючи на запитання, варто обрати з трьох відповідей одну. Якщо у Вас є сумніви, оберіть просто найбільш прийнятну для Вас відповідь. Та або інша відповідь не свідчить про те, кращі Ви чи гірші.

1. Мені вже є 18 років, я зібрався прогулятися, а мама раптом заявляє: «Уже пізно, нікуди ти не підеш». Я:

- а) дуже попрошу маму, щоб вона мене все ж таки пустила на вулицю, але якщо вона все одно наполягатиме на своєму, то залишуся вдома;
- б) скажу собі: «А я нікуди й не хочу йти» і залишуся вдома;
- в) скажу: «Зовсім не пізно, я піду», хоча мама потім і лаятиметься.

2. У разі розбіжності я зазвичай:

- а) уважно прислухаюся до іншої думки і намагаюся знайти можливість взаємної згоди;
- б) уникаю марних спорів і намагаюся добитися свого іншими шляхами;
- в) відкрито висловлю свою позицію і намагаюся переконатися співрозмовника.

3. Я уявляю себе людиною, яка:

- а) хоче подобатися багатьом і бути як усі;
- б) завжди залишається сама собою;
- в) намагається підкоряти інших людей своїй волі.

4. Моє ставлення до романтичного кохання:

- а) бути поруч з коханою людиною – найбільше щастя в житті;
- б) це непогано, але поки його від тебе не вимагають занадто багато і не лізуть в душу;
- в) це прекрасно, особливо коли кохана людина дає мені все, що я забажаю.

5. Якщо я засмучений, то:

- а) постараюся знайти когось, хто б мене втішив;
- б) намагаюся не звертати на це уваги;
- в) починаю злитися і можу розрядитися на оточенні.

6. Якщо начальник не справедливо розкритикував мою роботу, то:

- а) мене це зачепить, але я постараюся цього не показувати;
- б) мене це розлютить, я активно захищатимуся і можу висловити у відповідь свої претензії;
- в) я засмучуся, але прийму те, в чому не правий, і постараюся ці помилки виправити.

7. Якщо хтось вколе мене моєю вадою, то я:

- а) дратуюся і мовчу, ковтаючи образ;
- б) напевно, розгніваюся і відповім тим самим;

- в) засмучуюся і починаю виправдовуватися.
8. Я найкраще працюю, коли:
- сам собою;
 - виступаю в ролі лідера, керівника;
 - виступаю членом команди.
9. Якщо я закінчив якусь складну роботу, то:
- просто переходжу до іншої справи;
 - показую всім, що вже усе зробив;
 - хочу, щоб мене похвалили.
10. На вечірках я зазвичай:
- тихесенько сиджу в кутку;
 - прагну бути в центрі всіх подій;
 - проводжу більшу частину часу, допомагаючи накривати на стіл і мити посуд.
11. Якщо касир в магазині не додасть мені решту, то я:
- звісно, її вимагаю;
 - засмучуюся, але промовчу. Я не люблю сперечатися з касирами;
 - не зверну уваги. Дрібниці не варті того, щоб звертати на них увагу.
12. Якщо я відчуваю, що злюся, то:
- виражаю свої почуття і звільняюся від них;
 - почуваюся незручно;
 - намагаюся себе втихомирити.
13. Коли я занедужую, то:
- стаю дратівливим і нестерпним;
 - лягаю в постіль і чекаю, що мене будуть доглядати;
 - намагаюся не звертати на це уваги і сподіваюся, що це робитимуть всідовкола.
14. Якщо якась людина викликала у мені сильний гнів, я намагатимуся:
- висловити їй свої почуття відкрито і в обличчя;
 - розрядити свої емоції в будь-якій сторонній справі чи розмові;
 - дати йому про це знати побічно, наприклад через інших людей.
15. Мій девіз, мабуть, такий:
- переможець завжди має рацію;
 - увесь світ любить люблячого;
 - тихіше їдеш – далі будеш.

Що показує тест?

За допомогою тесту Ви можете порівняти себе з трьома досить різними і яскравими особистісними портретами, названими умовно «Голуб», «Страус» і «Яструб».

Опрацюйте результати своїх відповідей. Для цього розбийте 15 питань-відповідей тесту на три п'ятірки: 1–5, 6–10, 11–15. Щоб довідатися, наскільки Ви «Голуб», підрахуйте, скільки у Вас відповідей а у першій п'ятірці, в у другій п'ятірці і б – у третій. Максимум – 15, мінімум – 0. Виразність у Вас «страусових» рис покаже сума б у першій п'ятірці, а – у другій і в – у третій. Відповіді «Яструба» – в у першій п'ятірці, б – у другій і а – у третій.

Якщо, приміром, у Вас 11 «голубиних» відповідей, 4 «страусових» і жодного «яструбиного», то зрозуміло, що Ви найближче до Голуба, дещо Страус і нічого спільного не маєте з Яструбом. Якщо всього порівну, то у Вас всього потроху і у різних ситуаціях Ви виявляєте себе по-різному.

Щоправда, варто поцікавитися: від Голуба Ви взяли доброту, м'якість або кислу нерішучість? Від Страуса – емоційну стабільність чи замкнутість? Від Яструба – рішучість чи агресивність?

Для цього уважно перегляньте опис цих особистісних типів.

Голуб

Це людина, яка дає, любить, м'яка і чутлива. Голуби потребують любові, від неї залежить їхнє щастя і безпека, і заради неї вони готові навіть на самопожертву. Голуби багато в чому – слабаки і маруди. Вони готові зробити усе для інших – і найчастіше те, що вони потай хочуть, щоб інші зробили для них. Прямо попросити або вимагати те, що їм треба, вони або бояться чи не вміють. Занадто добрі і поступливі – тому, що боягузи.

Голуби живуть мрією знайти людину, яка вгадувала б їхнє бажання і розуміла б їх з півслова. Не зустрічаючи такого, часто розчаровується. Вони взагалі приділяють мріям і переживанням занадто багато часу, замість того, щоб зайнятися чимось серйозним.

Голуб частіше відіграє другорядну роль, сприяючи підйому наверх решті. Це не тому, що Голуби в чомусь неповноцінні, але просто вони себе краще почувають поза троном, а не на ньому. Брати на себе ініціативу і відповідальність побоюються, почуваються в ролі лідера вкрай невпевнено. Голуби залежні від думок оточення і віддані предмету обожнювання.

Вони страждають від дрібниць, часто марновірні. Легкі, миролюбиві, Голуби приборкують темпераментних і агресивних людей. Свою злість вони скеровують на себе, часто втрачають здоров'я, застуджуються, гублять гаманці і ріжуть собі пальці замість ковбаси.

Страус

Страус – людина холодна, розважлива, обережна і воліє триматися від усього на відстані. Їй потрібний простір навколо себе, а не хтось під боком. Якщо хтось підходить до нього занадто близько, він або відштовхує його, або, що найчастіше, тікає від нього сам. Страусові вистачає себе і він хоче лише спокою. Щоб уникнути небажаних контактів або, не приведи Боже, розчарування, він намагається сховати в пісок не лише свою голову, а й серце, і талант.

Страус уникає зв'язків і особливо зобов'язань, які впливають з них. Ті, хто виходить за них заміж або жениться, знають, що життя з ними може бути доволі холодним. Страуси воліють страждати в мовчанні і самотності.

Але страждання їх не занадто хворобливі, бо вони вміють захистити себе від них. Навіть якщо Страусом знехтували, він перенесе це досить спокійно. Вони не чекають від життя і людей занадто багато, тому не бувають розчаровані. Позаяк вони ніколи чогось особливо не прагнуть, ніхто не може сказати, що вони зазнали фіаско. Їх відчуженість додає їм цілісності і самодостатності, чого бракує як Голубові, котрий прагне сподобатися і прилаштовується до оточення, так і Яструбові, котрий хоче досягти успіху і завжди в русі. Але ця сама цілісність (її інша сторона – замкнутість) відмежовує Страуса від найкращого в інших людях і в ньому самому, від вируючого потоку життя.

Яструб

Людині честолюбній, рішучій і хоробрій, Яструбові потрібна влада. Добиваючись своєї мети, Яструби здобувають велику кількість супротивників, але, з іншого боку, вони багато чого й досягають. Їх ворожість, агресивність і деяка одержимість робить їх дуже складними супутниками в житті, але водночас вони змушують кожного перед ним виступити і викладатися у справі. Ми частіше захоплюємося ними, аніж любимо їх.

Яструби вимагають миттєвого підпорядкування, беззастережної відданості і багато замилювання. Але, з іншого боку, вони працюють більше, ніж будь-хто, і, як правило, заслуговують такого ставлення до себе.

Вони прагнуть досконалості, ідеалу, безкомпромісні, вимагають «все або нічого». І хоча вони легко критикують інших і себе, на критику реагують погано. Усяке припущення, що вони можуть зробити помилку, не лише спричиняє їхню лють, але може викликати у них стан глибокої депресії, тому що за цим яструбиним фасадом вони не так жорстокі, як видається на перший погляд.

Для Яструбів світ є бойовищем і вони оточені ворогами. Але не варто турбуватися: вони озброєні розумом і проникливістю, вони природжені стратеги, і в них багато енергії. Єдина битва, яку вони програють, – це битва із самим собою.

3. Дидактичний текст: психологічні особливості людей за групою крові

I група – потяг до лідерства, влади, прагнення до зайняття провідних позицій, наполегливість, цілеспрямованість, свідомість у прагненні до мети, впевненість, низька емоційність, ревнивість, інколи – зайва амбіціозність, метушливість. Довга тривалість життя, кращі за інших фізичні і психічні параметри, рідко хворіють невротами, але, як наслідок низької здатності до викиду енергії, – часто хворіють на виразки. Незамінні на керівних посадах. Часто стають або відомими мафіозі, або президентами, главами корпорацій, футбольними капітанами і генералами, винахідниками і вченими. Добре розпоряджуються грошима, тому стають і гарними економістами.

2 група – Сильне почуття самозбереження, піклуються про своє здоров'я. Можуть бути холодними і неуважними до оточуючих, часто мають репутацію грубіянів. Люблять повчати, але не переносять критики. Яскраві індивідуалісти.–витончені особи, полюблюють гармонію, спокій і порядок, гарно працюють з людьми, чутливі, витримані і доброзичливі, упорядковані і законслухняні. Мають частіше охайний і граціозний вигляд. В роботі приділяють багато уваги деталям. Найбільш ранимі, ображаються з дрібниць,злопам'ятні. Занадто стримані у тверезому стані, але й найбільш розв'язні під впливом алкоголю. Частіше замкнені, але і вірні й уважні до друзів. Не здатні до повного розслаблення, тому чутливі до інфарктів, склерозу, ревматизму, захворювань нирок, діабетів. Особливе значення для таких людей має баланс між розумовим і фізичним навантаженням. Цікаво, що господарі ресторанів віддають перевагу робітникам з II групою крові. Ті краще за інших орієнтуються у смаках і запахах, чесні, добросовісні, здатні працювати у стресових умовах. Не здатні до професій, що вимагають гнучкості чи швидкого прийняття рішень. Мають надзвичайно багату фантазію. Часто стають бібліотекарями, викладачами, письменниками. Найкращі у світі поети, розповідачі і брехуни.

3 група – індивідуалісти, «кішка, яка гуляє сама по собі», незалежні і волелюбні, непостійні у смаках і настрої, гнучкі у пристосуванні до нових умов, мають гарну уяву. Щирі, прямолінійні та безпристрасні. Їх дратують будь - які обмеження, зокрема, правила етикету, пристойності і гарні манери. І жінки, і чоловіки часто залишаються холостяками. Прагнуть завжди виділитися із загальної маси, пройти поза чергою. Полюблюють порушувати правила і вводити нововведення. Гнучкі у будь - яких ситуаціях, мають проникливий розум, що дозволяє їм вирішити будь - яку проблему і знайти вихід з глухого кута, тому з них виходять хороші детективи. Погано працюють в команді. Мають творчі здібності і миттєву реакцію, рішучі і сильні особистості, оригінальні, експресивні й егоїстичні. З ними цікаво, але важко товаришувати. В спорах надто запальні, але швидко відхідливі. Завжди найгасливіші завсідники вечірок, найменш підкоряються дії алкоголю. Найкраще підходять для висування тактичних ідей і планування, самостійної комерційної діяльності.

4 група – спокійні і врівноважені, здатні розважати інших, навіюють людям довіру, тактовні у стосунках і справедливі, мають надзвичайно розвинену інтуїцію. Бувають різкі у ситуації вибору, оскільки відчувають труднощі у самостійному прийнятті рішень. У несприятливих ситуаціях або відступають, або прямо висловлюють свою незадоволеність. Мають блискучі здібності до організації та координації колективу, складання розкладу, розподілу персоналу, природжені лідери. Витривалі, не лякаються стресів, мають видатні аналітичні здібності. Не полюблюють лестощі, обман. Обурюються рідко, але невитримані у своєму гніві. Легковажно ставляться до свого здоров'я, але надто життєлюбні. Екстравагантні, але не жадібні. Понад усе полюблюють спати. У сонливому стані не здатні до самокерування. Романтичні і пристрасні у коханні, болісно і відчайдушно (до самогубства) переживають зраду.

Практичне заняття № 2.2 (2 год)

Тема: Темперамент та характер особистості

Мета: сформувати навички діагностики типів темпераменту за їх психологічними характеристиками; оволодіти методиками визначення темпераменту та особливостей характеру; навчитись прогнозувати власну поведінку у різноманітних ситуаціях професійної діяльності на основі аналізу характерологічних особливостей особистості.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Охарактеризуйте поняття «темперамент» як індивідуально-психологічну особливість особистості.
2. Які властивості нервової системи були покладені І.П. Павловим в основу типів темпераменту?
3. Дайте характеристику кожному типу темпераменту.
4. У чому виявляються особливості поведінки екстраверта і інтроверта?
5. Чи можна стверджувати, що темперамент безпосередньо впливає на формування рис характеру людини?
6. Чи може темперамент людини зазнавати істотних змін упродовж життя?
7. Характер та особливості його прояву в колективі.
8. Структура характеру.
9. Акцентуації характеру.
10. Як співвідносяться в характері людини біологічне і соціальне?
11. Для чого необхідно вивчати характер людини?
12. Як саме обставини впливають на зміну характеру особистості?
13. Поясніть, чому самовиховання характеру є ефективнішим, ніж виховання?
14. Чому за зовнішніми рисами обличчя людини не можна визначити її характер?
15. Обґрунтуйте, чому характер потрібно формувати комплексно.
16. Поясніть такі вислови: «Формувати характер треба тоді, коли дитина лежить ще впоперек ліжка, а не вздовж», «Посієш вчинок – пожнеш звичку, посієш звичку – пожнеш характер, посієш характер – пожнеш долю».

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Теорія поколінь. Покоління X, Y, Z. Покоління Альфа і в чому відмінність від поколінь X, Y, Z?
2. Особливості сприймання та обробки інформації поколінням screen-screen.

Джерела інформації:

1. Кацавець Р.С. Психологія особистості. Навчальний посібник. Київ: Алерта, 2021. 134 с.
2. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко – 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
3. Кривопишина, О. А. Психологія журналістської творчості : конспект лекцій для студ. напрямку 0302 «Журналістика та інформація» спец. 6.030201 «Журналістика» денної форми навчання / О. А. Кривопишина. - Суми : СумДУ, 2010. 129 с.
4. Максименко С.Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 272 с.
https://pidru4niki.com/158407208622/psihologiya/zagalna_psihologiya
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; За науковою редакцією В. В. Різуна. К. : Центр Вільної Преси, 2013. С.237-282.
6. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. У 2 книгах. Книга 1. Соціальна психологія особистості і спілкування : Навчальний посібник. / Л.Е. Орбан-Лембрик. К.: Книги-XXI, 2010. 464 с.

7. Петрунько О.В. Діти і медіа:соціалізація в агресивному медіа середовищі. Ніжин, 2011. С.164-187.
8. Підгірна І. С. Індивідуальні стилі медіакомунікації підлітків. Наукові студії із соціальної та політичної психології : Збірник статей. К., 2015. С. 269-280.
9. Скрипченко О. В. Загальна психологія: Підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. К.: Либідь, 2005. 464 с.
10. Столяренко О.Б. Психологія особистості. Навчальний посібник. 2020, 280 с. https://pidru4niki.com/1584072030634/psihologiya/psihologiya_osobistost
11. <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/b61cf500-b1ae-45ad-913c-3abe53642ef4/content>
12. https://pidru4niki.com/17910211/psihologiya/zhittyeviy_shlyah_lyudini#406
13. https://pidru4niki.com/12120124/psihologiya/sensitivni_periodi_zhittya_kodi_chisla_fibonachchi
14. Іванова Т. Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу: навчальний посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 178 с. https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnist_ta_kritichne_AUP24.pdf
15. Покоління X, Y, Z. Різниця <https://www.youtube.com/watch?v=GzeSCjFx4YY>
16. Девід Стілман, Йона Стілман Покоління Z на роботі. 2019, 304 с.
17. <https://www.facebook.com/savvarestaurants/posts>

Методичні вказівки

Теоретична частина охоплює коло питань, що містять подану нижче інформацію, також варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури, та матеріал поданий нижче:

Темперамент - сукупність індивідуальних якостей, що характеризують динамічний та емоційний аспекти поведінки людини.

Флегматик має сильну, врівноважену, проте інертну нервову систему. Люди, які належать до цього типу, відрізняються, передусім, неквапливістю дій. Поряд з енергією та великою працездатністю (достатня сила нервових процесів), самовладанням і вмінням тримати себе в руках (добра врівноваженість нервових процесів) у них спостерігається певний консерватизм поведінки, що свідчить про інертність (малу рухливість) нервових процесів.

Флегматичний тип темпераменту спокійний та врівноважений, він наполегливий і старанний працівник, проте тільки у тій галузі, до якої звик. Йому не підходить робота, що відрізняється різноманітністю, зате монотонна діяльність (наприклад, робота на конвеєрі) не є для нього важкою. Він працює неквапливо, але може досягти хороших результатів завдяки своїй твердості, наполегливості і продуманій організації своєї праці.

Флегматику не бажано вибирати професії, пов'язані з частими та інтенсивними контактами з людьми. Це професії бізнесмена, менеджера, вчителя, продавця. Слід звернути увагу на роботу там, де можна працювати за письмовим столом, де можна зайнятися предметною працею - дослідженням, творчістю, щось майструвати, конструювати, моделювати тощо.

Сангвінік має сильний, врівноважений, рухливий тип нервової системи. У людей риси цього типу виявляються в енергії та впевненості відносно досягнення мети (достатня сила нервових процесів), у самовладанні (достатня врівноваженість нервових процесів) і водночас у значній рухливості нервових процесів, що виявляється в умінні швидко перебудувати свої звички й уподобання, виходячи з конкретних обставин життя.

Сангвінічний тип темпераменту характеризується енергією і великою працездатністю - йому підходить робота, в якій багато різноманітності, яка постійно ставить перед ним нові завдання, він готовий увесь час діяти і щось організувати, тому йому підходять керівні посади. Працюючи, він може легко зосередитися і так само легко переключитися з однієї роботи на іншу, але не здатен вникати в деталі і не виносить одноманітності.

Сангвініку не бажано обирати діяльність операторського типу: льотчика, шофера, диспетчера. Сангвінік нудьгуватимете без спілкування з людьми, тому можуть часто траплятися помилки у роботі - аварії, поломки та інші. Не слід вибирати також діяльність на конвеєрному виробництві, пов'язані з монотонністю.

Меланхолік вирізняється загальною слабкістю нервової системи, для характеристики якої такі властивості, як урівноваженість і рухливість нервових процесів не застосовуються. Особливістю цього типу є швидкий розвиток позамежного гальмування під дією навіть помірних за

силою подразників. У людини риси цього типу виявляються насамперед у нерішучості й нездатності наполягати на своєму. Меланхолік легко підкоряється чужій волі, за незвичних обставин впадає в паніку, життя видається йому дуже тяжким, сповненим переборних труднощів (слабкість нервових процесів). Такі люди намагаються ізолювати себе від життя з його хвилюванням, уникають товариства, бояться будь-якої відповідальності.

Меланхолічний тип темпераменту характеризує низький поріг відчуття і підвищена чутливість до зовнішніх подразників. У нього низька працездатність, він не хоче брати на себе зобов'язання, боїться, що не зуміє їх виконати. Вважає за краще працювати наодинці. Завдяки своїй високій чутливості, він легко вловлює і розуміє тонкощі в поведінці людей, довколишньому світі, а також у мистецтві, літературі, музиці. Меланхоліку підходить робота, яка вимагає уваги, вміння вникнути і пропрацювати найдрібніші деталі. Йому протипоказана діяльність, яка вимагає значного напруження, пов'язана з несподіванками і ускладненнями.

Меланхоліку пасує професія операторського типу, але протипоказана робота, яка передбачає спілкування з людьми (керівника, підприємця, педагога, журналіста, громадського діяча). •

Холерик має сильну, але нерівноважену нервову систему. Для людей нестримного типу характерна захопленість, з якою вони виконують роботу; вони працюють натхненно, але часто будь-яка дрібниця може звести все нанівець, що свідчить про нерівноваженість нервових процесів із переважанням збудження.

Холеричний тип темпераменту відрізняється запальністю та імпульсивністю, роботу виконує з великим внутрішнім напруженням, дуже енергійно, цілком віддаючись своїй діяльності, проте свою величезну енергію розподіляє нерівномірно, тому йому підходить циклічна діяльність, яка вимагає великої, але періодичної витрати енергії, пов'язана з напруженням і небезпекою, яка чергується з більш спокійною роботою.

Холерику ідеально підходять професії менеджера, керівника, бізнесмена. У тих галузях, де передбачено інтенсивне спілкування з людьми, він завжди досягне успіху.

Поняття про характер. Природа характеру.

Характер - індивідуально-своєрідне поєднання рис людини, що формується в процесі її розвитку під впливом умов життя і виховання і виявляється в її поведінці.

Характер (від гр. *charakter* - риса, відбитка, печатка) – сукупність стійких індивідуальних особливостей особистості, які виражають її ставлення до дійсності і виявляються в діяльності та спілкуванні, обумовлюючи типові для даної людини способи поведінки. Знаючи характер людини, можна передбачити як вона буде поводити себе в певній ситуації, а звідси, спрямовувати поведінку людини.

Природа характеру. Фізіологічною основою характеру є поєднання рис типу нервової системи та стійких систем нервових зв'язків, що вироблені в результаті індивідуального досвіду, виховання. Люди народжуються з різними особливостями функціонування головного мозку, що зумовлюється типом нервової системи, але ці фізіологічні відмінності є лише передумовою для формування в процесі життя різних рис характеру. Те, що в одній сім'ї, за схожих умов виростають діти з різними характерами, не може бути доказом природженості рис характеру. Але однакових умов у вихованні дітей не буває. Багатогранність спілкування, обставини, в які потрапляють діти, створюють різноманітні умови життя та виховання. Саме це, відбиваючись у мозку людини, викликає найрізноманітніші індивідуальні способи реагування, які поступово стають у кожної дитини своїми, властивими лише їй звичними рисами характеру.

Структура характеру.

Риси характеру - індивідуальні звичні форми поведінки людини у відповідних ситуаціях, в яких реалізується її ставлення до дійсності. У психологічній літературі частіше зустрічаються два підходи класифікації рис характеру. В одному випадку всі риси характеру пов'язують з психічними процесами і тому виділяють вольові, емоційні, інтелектуальні риси.

Вольові риси характеру: рішучість, наполегливість, самостійність, організованість та ін.

Емоційні риси характеру: вразливість, байдужість, запальність, чуйність та ін.

Інтелектуальні риси характеру: винахідливість, допитливість та ін.

В іншому випадку риси характеру розглядаються у відповідності із ставленням до різних сторін дійсності.

Ставлення до праці виявляється в поазі до праці, працелюбності або ж у зневазі до праці та працівників. (охайність, сумлінність, дисциплінованість, наполегливість, організованість),

Ставлення до інших людей виникає у міжособистісних контактах і зумовлюється суспільними умовами життя, які склалися історично і розвивається в колективі. Ставлення до інших людей має оцінний характер, який виявляється в різному змісті рис характеру та різній формі їх прояву.

Позитивні риси характеру: справедливість, щедрість, доброзичливість, чесність та ін.
Негативні риси характеру: заздрість, скупість, зневага до інших тощо.

Ставлення до самої себе - позитивне або негативне - залежить від рівня розвитку самосвідомості, здатності оцінювати себе (скромність, вимогливість до себе, хвалькуватість, самовпевненість).

Ставлення до речей, до природи: бережливість, охайність тощо.

Аналізуючи риси характеру, слід враховувати, що характер як інтегральне утворення найбільш повно виявляє себе у таких основних властивостях: повноті, цілісності, визначеності, силі.

Повнота характеру - це всебічний розвиток головних його структурних компонентів - розумових, моральних, емоційних, почуттєвих, вольових. Розсудливість такої людини завжди узгоджена з емоційною врівноваженістю та самовладанням. Внутрішня єдність рис характеру визначає його цілісність.

Цілісність характеру - це внутрішня єдність, гармонійність, досконале поєднання рис характеру, яка зумовлює ступінь єдності слова і діла. У людей безхарактерних помітні розбіжність у поглядах, відсутність цілеспрямованості рис характеру, випадковість їх виявлення, залежність їх виявлення від обставин, а не від внутрішніх установок особистості.

Особливо важливою рисою характеру є його визначеність.

Визначеність характеру виявляється в його спрямованості на конкретні цілі, а також у прагненнях і переконаннях. Визначеність характеру людини як суб'єкта діяльності позначається на принциповості та сумлінності дій незалежно від важливості доручення. На людину з визначеним характером можна покладатися, доручаючи їй важливі справи, - вона виконає доручення відповідно до його мети, змісту справи та способів виконання. Про людей з невизначеним характером важко сказати, добрі вони або погані. Це люди безпринципні, без чітких позицій у політичному, трудовому житті, у побуті.

Сила характеру виявляється в рішучих, активних і наполегливих діях, діяльності та здатності завершити справу чи досягнути мети, попри жодні перешкоди. У справжній особистості має бути єдність усіх компонентів її характеру. Проте єдність характеру не виключає того, що за різних обставин у тієї ж людини по-різному виявляються зазначені компоненти та риси характеру. Одночасно людина може бути поблажливою і надмірно вимогливою, непохитною і поступливою, щедрою і скупюю. При цьому єдність компонентів характеру залишається, і саме в цьому виявляється.

Акцентуації характеру.

Акцентуація характеру - перебільшений розвиток окремих властивостей характеру на шкоду іншим, у результаті чого погіршується взаємодія з оточуючими людьми. Це поняття було введено у психологію К.Леонгардом. Ним було виділено типи акцентуацій.

1. Гіпертимний тип. Його характеризує надмірна контактність, яскраве вираження жестів, міміки, пантоміміки. Така людина часто спонтанно відхиляється від теми розмови. У неї виникають конфлікти з оточуючими людьми через недостатньо відповідальне ставлення до своїх обов'язків. Люди даного типу часто самі бувають ініціаторами конфліктів, але ображаються, якщо оточуючі роблять їм зауваження з цього приводу. Таких людей відзначає енергійність, прагнення діяльності, оптимізм. Важко переносять умови суворої дисципліни, монотонну діяльність, вимушену самотність.

2. Дистимічний тип. Його характеризує низька контактність, небагатослів'я, переважає песимістичний настрій. Такі люди не люблять галасливого товариства, рідко вступають у

конфлікти, ведуть замкнутий спосіб життя. Високо цінують тих, хто з ними дружить і готові їм підкорятися. Серйозні, добросовісні, але пасивні, неповороткі, характеризуються уповільненим мисленням.

3. Циклотимний тип. Йому властиві досить часті періодичні зміни настрою, в результаті чого так само часто змінюється манера спілкування з оточуючими людьми. В період піднесеного настрою такі люди є балакучими, активними, а в період пригніченого - замкнутими. В період душевного піднесення поведуть себе як люди з гіпертимною акцентуацією, а в період спаду - як люди з дистимічною акцентуацією характеру.

4. Збудливий тип. Притаманна низька контактність, схильні до конфліктів, часто змінюють місце роботи. Ніяка праця не приваблива, працюють за необхідністю, виявляє таке ж бажання вчитися. Байдужі до майбутнього, живуть тільки теперішнім, намагаючись вилучити з нього якнайбільше розваг.

5. Застраглий тип. Люди характеризуються помірною контактністю, занудством, схильністю до моралізувань. Намагаються досягнути високих показників у будь-якій справі, за яку беруться, ставлять підвищені вимоги до себе; особливо чутливі до соціальної справедливості. Довго переживають, не можуть "легко відходити" від образ, недовірливі.

6. Педантичний тип. Цим людям притаманні акуратність, сумлінність, надійність у справах, але можуть дратувати інших занудством, формалізмом. З охотою поступаються лідерством іншим. Пунктуальні, особливу увагу приділяють чистоті та порядку, схильні чітко дотримуватися плану, орієнтуються на високу якість роботи. Схильні до частих самоперевірок, сумнівів щодо правильності виконання роботи.

7. Тривожний тип. Людям властиві низька контактність, полохливість, невпевненість в собі, сором'язливість, мінорний настрій. Рідко вступають у конфлікти, відіграючи пасивну роль, в конфліктних ситуаціях шукають підтримки та опори. Внаслідок своєї беззахисності нерідко є мішенню для жартів. Часто очікують будь-яких неприємностей, навіть у звичних обставинах. Самооцінка занижена.

8. Емотивний тип. Люди легко піддаються впливу інших, не схильні до лідерства, байдужі до свого майбутнього - живуть виключно сьогоденням. Таких людей вважають м'якосердними. Вони жалісливіші від інших, більше розчулюються. Особливо характерна плаксивість.

9. Демонстративний тип. Люди легко встановлюють контакти, прагнуть до лідерства, влади, похвали і схильні до інтриг. Похвала інших в їх присутності викликає у них неприємні почуття. Самооцінка далека від об'єктивності. Відмічається безмежний егоцентризм, потреба постійної уваги до себе.

10. Екзальтований тип. Люди відрізняються високою контактністю, балакучістю. Унікають самотніх роздумів, потребують підтримки та визнання людей, мають багато друзів, уважні до них. Вони альтруїстичні, мають почуття співпереживання, яскравість і щирість почуттів. Яскрава риса цього типу - здатність захоплюватися, а також відчуття щастя, радості, насолоди. Ці почуття у них можуть часто виникати з причини, яка в інших не викликає великого піднесення, вони легко приходять у захоплення від радісних подій і у повний відчай - від сумних.

Практична частина

1.Визначити свій тип темпераменту, виконавши тест Айзенка.

Режим доступу https://www.eztests.xyz/tests/personality_eysenck/

Тест на визначення темпераменту заснований на припущенні, що нервовій системі людини притаманні якісь вроджені якості, які суттєво впливають на формування особистості. Велику роль у створенні цього тесту зіграли дослідження Павлова. Ганс Айзенк припустив, що найбільший вплив на особистість роблять деякі найсильніші риси характеру, які він виділив у два типи - екстраверсія та інтраверсія, стабільність і невротизм. Саме комбінації цих ознак формують темперамент людини.

Методика дослідження темпераменту Айзенка виявила, що комбінація інтраверсії і стабільності створює спокійну, миролюбну, добру і турботливу, але пасивну людину. Але якщо інтраверсія

поєднується з невротизмом, то результатом буде замкнутий, песимістичний, підозрілий тип особистості, що страждає від постійних перепадів настрою. Поєднання екстраверта і стабільності робить людину товариською, веселою, доброзичливою, наділяє її прекрасними лідерськими якостями. Але якщо екстраверсія поєднується з невротизмом, то виходить агресивна, непостійна, ранима та імпульсивна особистість.

Методика Айзенка з визначення темпераменту включає ряд питань, спрямованих на виявлення основних якостей людської особистості. Наприклад, частина питань покликана виявити екстраверсію або інтраверсію особистості. Інша ж їхня частина потрібна для визначення емоційної стійкості, а деякі призначені лише для перевірки чесності випробуваного, щоб встановити достовірність результатів. Існує два варіанти тесту, щоб мати можливість проводити повторне випробування, не побоюючись, що об'єкт дослідження запам'ятав свої попередні відповіді.

Інтерпретація тесту досить проста, щоб кожен міг провести його самостійно. Методика діагностики темпераменту Айзенка передбачає, що є якась координатна площина, по горизонталі якої знаходиться шкала "екстраверт-інтраверт", на ній відзначається сума балів за відповіді на питання, покликані визначити екстраверсію. Деякі питання дають бал за відповідь "так", деякі - за відповідь "ні". Шкала починається від 1 бала і закінчується на 24, відповідно, центром є 12. Така ж шкала по вертикалі визначає невротизм особистості.

Підрахувавши бали і відзначивши їх на координатній площині, ви отримаєте точку, яка буде характеризувати вашу особистість. Ця точка знаходиться на перетині двох координат. Пам'ятайте, що зустріти якийсь тип темпераменту в чистому вигляді неможливо, в кожному присутні риси всіх чотирьох типів. Однак якийсь із них буде домінуючим. Саме для виявлення чільного типу темпераменту і створена ця методика. Тип темпераменту Айзенка не є набутою якістю, тому нереально змінити домінуючий темперамент повністю, можна лише злегка розбавити його, підлаштовуючись під життєві обставини.

Інструкція. Вам пропонується кілька питань. На кожне питання відповідайте лише «так» або «ні». Не витрачайте час на обговорення питань, тут не може бути гарних або поганих відповідей, тому що це не випробування розумових здібностей.

Тестовий матеріал

1. Чи часто Ви відчуваєте жагу до нових вражень, до того, щоб відволіктися, випробувати сильні відчуття?
2. Чи часто Ви відчуваєте, що маєте потребу в друзях, які можуть зрозуміти Вас, підбадьорити, поспівчувати?
3. Чи вважаєте Ви себе безтурботною людиною?
4. Чи дуже важко Вам відмовитися від своїх намірів?
5. Ви обмірковуєте свої справи не поспішаючи чи прагнете почекати, перш ніж діяти?
6. Чи завжди Ви виконуєте свої обіцянки, навіть якщо Вам це не вигідно?
7. Чи часто у Вас бувають спади та підйоми настрою?
8. Чи швидко Ви зазвичай дієте й говорите?
9. Чи виникало у Вас коли-небудь відчуття, що Ви нещасні, хоча жодної серйозної причини для цього не було?
10. Чи правильно, що на парі Ви здатні зважитися на все?
11. Чи бентежитеся Ви, коли хочете познайомитися з людиною протилежної статі, яка Вам симпатична?
12. Чи буває, що, розлютившись, Ви виходите із себе?
13. Чи часто Ви дієте нерозважливо, під впливом моменту?
14. Вас часто турбує думка про те, що Вам не слід було щось робити або говорити?
15. Чому Ви віддасте перевагу: читанню книг чи зустрічам з людьми?
16. Чи правильно, що Вас легко образити?
17. Чи любляете Ви часто бувати в компанії?
18. Чи бувають у Вас такі думки, якими Вам не хотілося б ділитися з іншими?
19. Чи правильно, що іноді Ви настільки сповнені енергією, що все горить у руках, а іноді відчуваєте втому?

20. Чи намагаєтеся Ви обмежувати коло своїх знайомств невеликою кількістю найближчих друзів?
21. Чи багато Ви мрієте?
22. Коли на Вас гримають, чи відповідаєте Ви тим самим?
23. Чи вважаєте Ви всі свої звички гарними?
24. Чи часто у Вас виникає почуття, що Ви в чомусь винні?
25. Чи здатні Ви іноді дати волю своїм почуттям і безтурботно розважатися у веселій компанії?
26. Чи можна сказати, що нерви у Вас часто натягнуті до межі?
27. Чи маєте Ви славу людини жвавої та веселої?
28. Після того як справу зроблено, чи часто Ви подумки повертаєтеся до неї й думаєте, що могли б зробити краще?
29. Чи почуваетесь Ви неспокійно, перебуваючи у великій компанії?
30. Чи трапляється, що Ви передаєте чутки?
31. Чи буває, що Вам не спиться через те, що в голові вирують різні думки?
32. Якщо Ви хочете про щось довідатися, Ви знаходите це в книзі чи питаєте в людей?
33. Чи буває у Вас сильне серцебиття?
34. Чи подобається Вам робота, що вимагає зосередженості?
35. Чи бувають у Вас дрижаки?
36. Чи завжди Ви говорите правду?
37. Чи буває Вам неприємно перебувати в компанії, де кепкують один з одного?
38. Чи дратівливі Ви?
39. Чи подобається Вам робота, що вимагає швидкодії?
40. Чи правильно, що Вам часто не дають спокою думки про різні неприємності й жахи, які могли б статися, хоча все скінчилося благополучно?
41. Чи правильно, що Ви неквапливі в рухах і трохи повільні?
42. Чи спізнювалися Ви коли-небудь на роботу, на зустріч із кимось?
43. Чи часто Вам сняться кошмари?
44. Чи правильно, що Ви так любите поговорити, що не пропускаєте будь-яку нагоду поговорити з новою людиною?
45. Чи турбують Вас які-небудь болі?
46. Чи засмутитеся Ви, якщо довго не зможете бачитися з товаришами?
47. Чи нервова Ви людина?
48. Чи є серед ваших знайомих ті, хто Вам точно не подобається?
49. Ви впевнена в собі людина?
50. Вас легко зачіпає критика ваших недоліків чи вашої роботи?
51. Чи важко Вам одержати справжнє задоволення від заходів, у яких бере участь багато народу?
52. Чи турбує Вас відчуття, що Ви чимось гірші за інших?
53. Зуміли б Ви внести пожвавлення в нудну компанію?
54. Чи трапляється, що Ви говорите про речі, на яких зовсім не розумієтесь?
55. Чи піклуєтесь Ви про своє здоров'я?
56. Чи любите Ви пожартувати над іншими?
57. Чи страждаєте Ви від безсоння?

Опрацювання результатів

Екстраверсія.

Обчислюється сума відповідей «так» у питаннях 1, 3, 8, 10, 13, 17, 22, 25, 27, 39, 44, 46, 49, 53, 56 і відповідей «ні» у питаннях 5, 15, 20, 29, 32, 34, 37, 41, 51.

Якщо сума балів дорівнює 0-10, то Ви інтроверт, занурені в себе.

Якщо 15-24, то Ви екстраверт, товариська людина, обернена до зовнішнього світу.

Якщо 11-14, то Ви амбіверт, спілкуєтесь, коли Вам це потрібно.

Невротизм.

Обчислюється кількість відповідей «так» у питаннях 2, 4, 7, 9, 11, 14, 16, 19, 21, 23, 26, 28, 31, 33, 35, 38, 40, 43, 45, 47, 50, 52, 55, 57.

Якщо кількість відповідей «так» дорівнює 0-10, то це свідчить про емоційну стійкість.

Якщо 11-16, то це емоційна вразливість.

Якщо 17-22, то з'являються окремі ознаки розхитаності нервової системи.

Якщо 23-24, то – невротизм, що межує з патологією, можливий зрив, невроз

Неправда.

Обчислюється сума балів відповідей «так» у питаннях 6, 24, 36 і відповідей «ні» у питаннях 12, 18, 30, 42, 48, 54.

Якщо набрана кількість балів 0-3 – норма людської неправди, відповідям можна довіряти.

Якщо 4-5, то сумнівно.

Якщо 6-9, то відповіді недостовірні.

Сангвінік-екстраверт: стабільна особистість, соціальний, спрямований до зовнішнього світу, товариська, часом балакуча, безтурботна, весела, любить лідерство, має багато друзів, життєрадісна.

Холерик-екстраверт: нестабільна особистість, збудлива, нестримана, агресивна, імпульсивна, оптимістична, активна, але працездатність і настрої нестабільні, циклічні. У ситуації стресу – схильність до істерико-психопатичних реакцій.

Флегматик-інтроверт: стабільна особистість, повільна, спокійна, пасивна, незворушна, обережна, замислена, мирна, стримана, надійна, спокійна у взаєминах, здатна витримати тривалі негаразди без зривів здоров'я і настрою.

Меланхолік-інтроверт: нестабільна особистість, тривожна, песимістична, зовні стримана, але в душі надзвичайно емоційна, чутлива, переймається й переживає, схильна до тривоги, депресій, смутку; у напружених ситуаціях можливі зрив або погіршення діяльності («стрес кролика»).

За результатами слід скласти діаграму, за якою визначити тип темпераменту. По вертикальній осі відкладаються показники нейротизму/емоційної стійкості, по горизонтальній осі – показники інтроверсії/екстраверсії. Місце розташування точки, координати якої є визначені індивідуальні показники, вкаже на ваш тип темпераменту.



Рис. 4.1. Коло Айзенка

Вираженість фактора екстраверсія-інтроверсія у балах оцінюється так:

1 – 2 – край виражена інтроверсія;

- 3 – 7 – виражена інтроверсія;
- 8 – 11 – помірна інтроверсія ;
- 12 – 15 – помірна екстраверсія;
- 16 – 18 – виражена екстраверсія;
- 19 – 21 – у край виражена екстраверсія;
- Фактор нейротизму оцінюється так:
- 1 – 2 – у край мало виражений нейротизм;
- 3 – 7 – мало виражений нейротизм;
- 8 – 11 – помірний нейротизм;
- 12 – 15 – виражений нейротизм ;
- 16 – 18 – надто виражений нейротизм;
- 19 – 21 – у край виражений нейротизм;

Опрацьовують опитувальник за допомогою ключа й починають це за шкали відвертості (В). Якщо в досліджуваного за шкалою В 5 балів або більше, результати його відповідей не використовують, а йде пошук причин невідвертих відповідей. Потім підраховуються бали за шкалою екстраверсії.

Якщо кількість балів 12 і більше, обстежуваного можна вважати екстравертом, менше за 12 балів – інтровертом. Таку шкалу застосовують і для оцінки нейротизму: якщо отримано 12 балів і більше - можна твердити про нейротизм, менше – про емоційну стабільність.

Пропонуємо ще такий ключ для обробки результатів:

Екстраверсія		Невротизм		Відвертість	
Так	Ні	Так	Ні	Так	Ні
1,3,8,10	5, 15	2, 4, 7		6	12
13,17,22	20	9, 11, 14		24	18
25,27,29	32, 34	16, 19, 21		36	30
39,44,46	37, 41	26, 28, 31			42
49,53,56	51	36, 38, 40			48
		45, 47, 50			54
		55, 57			

2. Тест: Методика оцінки темпераменту – опитувальник Д. Кейрсі.

Режим доступу: https://www.eztests.xyz/tests/personality_keirse/

3. Тест «Який у вас характер?»

4. Тест «Синя Птаха» <https://online-test.club/character/5-bluebird.html>

Цей психологічний тест вимагає трохи вашої уяви, але в результаті ви дізнаєтесь, чи схильні ви до песимізму або ж ви – справжній оптиміст.

Уявіть собі, що раптом у вікно Вашої кімнати залітає Синя Птаха і не може вилетіти. Щось в тій Птасі привертає Вашу увагу, вона Вам подобається, і Ви вирішуєте залишити її в себе вдома.

Наступного дня Вас очікує несподіванка – Птаха перетворилась з синьої на жовту! Виявляється, що Птаха змінює свій колір щоночі – на третій день вона стає яскраво-червоною, на четвертий – абсолютно чорною.

Як Ви вважаєте, якого кольору стане Птаха, коли Ви прокинетесь на п'ятий день?

Оберіть одну з запропонованих відповідей:

1. Птаха не змінить свого кольору і залишиться чорною
2. Птаха повернеться до свого первинного синього кольору

3. Птаха стане чисто білою
4. Птаха перетвориться на золоту

Інтерпретація

Птаха, яка залетіла у Вашу кімнату, здається Вам символом удачі, але несподівано вона змінює колір, чим змушує Вас запідозрити, що Ваше щастя буде нетривалим. Ваша реакція на цю подію демонструє те, як Ви реагуєте на труднощі та невизначеність в реальному житті.

Птаха залишиться чорною

Ви схильні до песимізму і вважаєте, що якщо ситуація погіршилась, то навряд чи вона знову нормалізується. А можливо варто подумати інакше: якщо все і так погано, то куди ж ще гірше? Пам'ятайте: після дощу зазвичай з'являється райдуга, а після темної ночі завжди настає світанок.

Птаха знову стане синьою

Ви – практичний оптиміст. Вважаєте, що життя як смугаста зебра, де світло й темрява змінюють одне одного, тому не варто опиратися даній реальності. Ви спокійно зустрічаєте життєві негаразди, не піддаючись тривогам та стресам. Такий погляд на життя дозволяє Вам легко долати перешкоди на Вашому шляху.

Птаха стане чисто білою

Під натиском проблем Ви все одно залишаєтесь спокійною та виваженою людиною. Навіть в найкритичніші моменти свого життя Ви рішуче зупиняєтесь, змінюєте напрямок свого руху, шукаючи інші шляхи досягнення Вашої мети. Це виглядає так, ніби все відбувається природньо, але водночас саме так, як вирішуєте Ви самі.

Птаха перетвориться на золоту

Вас можна назвати відважною людиною! Слово “неможливо” відсутнє у Вашому словнику. Для Вас кожна криза – це сприятлива можливість змінити життя на краще. Але не будьте занадто самовпевнені, не ризикуйте без особливих потреб, щоб не перетнути межу від безстрашності до безглуздя.

5. Проективний тест «Море» <https://online-test.club/character/3-sea.html>

Уявіть собі, що Ви прокидаєтесь вранці у незнайомій кімнаті.

Крізь відкрите вікно проникають сонячні промені. Ви чуєте шум морських хвиль та відчуваєте їх солонуватий аромат... Отже, море зовсім поруч!

Ви оглядаєте кімнату. Наскільки комфортно є ця кімната для Вас?

- гарна й затишна
- не дуже комфортна
- неприємна й ворожа

(Рівень комфорту в кімнаті ілюструє Ваше дитинство.

Гарна й затишна кімната означає приємне та спокійне дитинство.

Чим менш комфортно Вам знаходитись в цій кімнаті, тим неприємніші Ваші спогади про дитинство.

Неприємна й ворожа обстановка кімнати свідчить про травмуючі ситуації, пережиті Вами в дитинстві.)

Чи багато в кімнаті меблів та предметів декору?

- багато різноманітних
- лише необхідні предмети інтер'єру
- кімната майже пуста

(Кількість меблів та предметів декору в кімнаті пропорційна кількості Ваших спогадів про дитинство.

Майже пуста кімната означає майже повну їх відсутність.

Пишно вбрана кімната свідчить про те, що у Вас залишилось багато дитячих спогадів.)

Чи хотіли б Ви залишити цю кімнату?

- так, хочу вийти з неї якомога швидше
- ні, залишусь надовго

(Якщо Ви хочете якомога швидше залишити кімнату – Ви вже готові до самостійного життя та здатні брати на себе відповідальність за свої рішення.

Чим довше Вам хочеться залишатись в кімнаті, тим менше Ви прагнете дорослішати та брати на себе відповідальність за своє життя.)

Уявіть, що Ви залишаєте кімнату та прямуєте до моря. Скільки людей Ви там бачите?

- багато людей
- декілька
- на пляжі немає нікого, крім мене

(Кількість людей, яких Ви зустріли – це показник того, скільки людей Ви б хотіли мати у Вашому оточенні.

Якщо Ви уявили велику кількість людей, значить Ви є екстравертом і прагнете мати якомога більше оточення.

Чим менше людей на узбережжі, тим менше Ви потребуєте спілкування.

Безлюдний пляж свідчить, що Ви повністю є інтровертом, заглибленим в себе.)

Як далеко знаходяться від Вас люди?

- далеко
- близько
- майже поруч зі мною

(Чим ближче до Вас знаходяться люди, тим більше Ви потребуєте спілкування та уваги близьких.

Велика відстань між Вами та людьми свідчить, що Ви надаєте перевагу тихому та усамітненому життю, уникаєте спілкування. Дії та вчинки людей є для Вас важливішими за слова.)

6. Тест Акцентуації характеру.

Обговорити результати виконаного тесту (самостійна робота) про Акцентуації характеру.

7. Вправа .Особливості Вашого характеру

Методичні рекомендації: за допомогою психологічного тесту, визначте особливості Вашого характеру. Дайте відповіді «так» або «ні» на запитання тесту. Запишіть собі по 1 балу, якщо Ви відповіли «так» на запитання 1,2 і 7 та стільки ж за відповіді «ні» на запитання 2,4-6,8.

Потім підрахуйте набрані бали.

1. Чи поважаєте Ви дружбу?
2. Чи привертає Вашу увагу щось нове?
3. Чи надаєте Ви перевагу старому одягу перед новим?
4. Чи прикидаєтеся Ви задоволеним без усякої на те причини?
5. Чи змінювали Ви в дитинстві більше ніж три рази ту професію, яку збиралися вибрати?
6. Чи втрачаєте Ви впевненість у собі, якщо Вам потрібно вирішати важке завдання?
7. Чи колекціонуєте Ви що-небудь?
8. Чи часто Ви змінюєте свої плани в останню мить?

Результати:

вище за 6 балів: Ви врівноважена людина. Батькам, викладачам і друзям «гріх» скаржитися на Вас. Ваш характер легкий та гарний;

від 3 до 6 балів: Ваш характер складно назвати легким, настрої часто змінюються, що може відбиватися на відносинах в сім'ї та дружніх стосунках.

Практичне заняття № 2.3 (2 год)

Тема: Значення здібностей та емоцій особистості в професійній діяльності

Мета: Сформувати у студентів уявлення про здібності, природні та соціальні передумови здібностей, їх вплив на успішність виконання конкретної діяльності; про класифікацію емоцій, види почуттів та емоційний інтелект.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Розкрити поняття та природу здібностей;
2. Охарактеризувати основні види здібностей людини та встановити зв'язок між ними;
3. Природа індивідуально-психологічних відмінностей людей та їх здібностей;
4. Умови і передумови формування людських здібностей.
5. Чим відрізняється талановитість від геніальності?
6. У якому напрямку проявляється шлях розвитку особистості?
7. Які ознаки поняття «здібність» за Б.Тепловим?
8. Чи можуть існувати здібності без процесу розвитку?
9. Класифікація здібностей.
10. Загальні властивості емоцій і почуттів
11. Класифікація емоцій
12. Що таке емоційний інтелект?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Вікові аспекти медіасоціалізації. Основні переваги та ризики медіасоціалізації особистості.
2. Проблема самоідентифікації особистості в сучасному медіапросторі.
3. Емоційний інтелект

Джерела інформації:

1. Гоулман Д. Емоційний інтелект. Харків: Вид-во «Віват», 2018. 512 с.
2. Гоулман, Д. Емоційне лідерство: Мистецтво управління людьми на основі емоційного інтелекту / Деніел Гоулман, Річард Бояціс, Енні Маккі. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007.
3. Карпенко Є.В. Психологія емоційного інтелекту в дискурсі життєздійснення особистості. дисс.... докт. психол. наук: 19.00.07 / ДВНЗ «Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника». Івано-Франківськ, 2020. 497 с. https://www.oa.edu.ua/doc/dis/karpenko_dis.pdf
4. Кацавець Р.С. Психологія особистості. Навчальний посібник. Київ: Алерта, 2021. 134 с.
5. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко– 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
6. Кривопишина, О. А. Психологія журналістської творчості : конспект лекцій для студ. напрямку 0302 «Журналістика та інформація» спец. 6.030201 «Журналістика» денної форми навчання / О. А. Кривопишина. - Суми : СумДУ, 2010. 129 с.
7. Максименко С.Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 272 с. https://pidru4niki.com/158407208622/psihologiya/zagalna_psihologiya
8. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. У 2 книгах. Книга 1. Соціальна психологія особистості і спілкування : Навчальний посібник. / Л.Е. Орбан-Лембрик. К.: Книги-XXI, 2010. 464 с.
9. Петрунько О.В. Діти і медіа:соціалізація в агресивному медіа середовищі. Ніжин, 2011. С.164-187.
10. Підгірна І. С. Індивідуальні стилі медіакомунікації підлітків. Наукові студії із соціальної та політичної психології : Збірник статей. К., 2015. С. 269-280.
11. Скрипченко О. В. Загальна психологія: Підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. К.: Либідь, 2005. 464 с.
12. Столяренко О.Б. Психологія особистості. Навчальний посібник. 2020, 280 с. https://pidru4niki.com/1584072030634/psihologiya/psihologiya_osobistost

13. <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/b61cf500-b1ae-45ad-913c-3abe53642ef4/content>

14. https://pidru4niki.com/17910211/psihologiya/zhittyeviy_shlyah_lyudini#406

15. https://pidru4niki.com/12120124/psihologiya/sensitivni_periodi_zhitty_kodi_chisla_fibonachchi

Методичні вказівки

Теоретична частина охоплює коло питань, що містять подану нижче інформацію, лекційний матеріал та інформацію з джерел літератури.

Поняття про здібності

У найзагальнішому змісті здібності – це індивідуально-психологічні особливості особистості, що забезпечують успіх у діяльності, спілкуванні і легкість оволодіння ними. Здібності не можуть бути зведені до знань, умінь і навичок, що є у людини, але здібності забезпечують їх швидке надбання, фіксацію й ефективне практичне застосування. Успішність у діяльності і спілкуванні визначається не однією, а системою різних здібностей, при цьому вони можуть взаємокомпенсуватися.

Існує цілий ряд класифікацій здібностей. Наведемо одну з них, найбільш значиму:

1) **природні здібності** в основі своїй біологічно зумовлені, пов'язані з природженими задатками, що формуються на їх базі, при наявності елементарного життєвого досвіду через механізми навчання типу умовно-рефлекторних зв'язків;

2) **специфічні людські здібності**, що мають суспільно-історичне походження і забезпечують життя і розвиток у соціальному середовищі.

Специфічні людські здібності у свою чергу поділяються:

а) на **загальні**, якими визначаються успіхи людини в самих різних видах діяльності і спілкування (розумові здібності, розвинені пам'ять і мова, точність і тонкість рухів рук тощо);

б) **спеціальні**, визначальні успіхи людини в окремих видах діяльності і спілкування, де необхідні особливого роду задатки і їх розвиток (здібності математичні, технічні, літературно лінгвістичні, художньо-творчі, спортивні тощо).

Ці здібності, як правило, можуть доповнювати і збагачувати одна одну, але кожна з них має власну структуру.

Вища міра творчих виявів особистості пов'язана з успішністю у створенні творів матеріальної і духовної культури, нових ідей, відкриттів, винаходів (у кількох сферах діяльності) називається **геніальністю**, а вища міра здібностей особистості в певній одній діяльності (спілкуванні) – **талантом**. Людина, яка здатна до багатьох і різних видів діяльності і спілкування, володіє загальною **обдарованістю**, тобто єдністю загальних здібностей, що зумовлює діапазон її інтелектуальних можливостей, рівень і своєрідність діяльності і спілкування.

Здібності, задатки та індивідуальні відмінності

Переважає більшість психологів вважає, що **задатки** – це деякі генетично детерміновані (природжені) анатомо-фізіологічні особливості нервової системи, що складають індивідуально-природну основу (передумову) формування і розвитку здібностей. Однак деякі з вчених (наприклад, Р.С. Немов) вважають, що у людини є два види задатків: **природжені** (природні) і **надбані** (соціальні).

Природа людських здібностей

Тут передусім мова повинна йти про природу так званих соціальних здібностей, біологічна основа яких досі точно не встановлена. Це вищі, культурно зумовлені здібності. Умовами і передумовами розвитку їх є, насамперед, обставини життя людини: життя в суспільстві, наявність соціально-культурного середовища, створеного штучною працею багатьох поколінь людей; навчання в дитинстві користуванню відповідними предметами, наприклад, музичними інструментами; участь у цілому ряді складних, високоорганізованих видах діяльності і спілкування; наявність кола людей, які спроможні передати необхідні знання, уміння і навички за допомогою ефективних засобів і методів навчання і виховання; відсутність у людини з народження жорсткої запрограмованості поведінки, наявність незрілості мозкових структур з їх властивістю до подальшого формування шляхом навчання і виховання.

Анатомо-фізіологічною основою соціальних здібностей, коли вони стають розвиненими, виступають так звані функціональні органи нервово-м'язової системи, що прижиттєво складаються і забезпечують функціонування й удосконалення відповідних здібностей.

Розвиток здібностей

Здібності – не статичні, а динамічні утворення, їх формування і **розвиток відбувається у процесі** певним чином організованої діяльності і спілкування. Розвиток здібностей відбувається поетапно. Важливим моментом у дітей в розвитку здібностей є комплексність – одночасне вдосконалення декількох взаємодоповнюючих одна одну здібностей. Виділяють наступні рівні здібностей: **репродуктивний**, який забезпечує високе уміння засвоювати готове знання, опановувати зразки діяльності і спілкування, що склалися, і **творчий**, що забезпечує створення нового, оригінального. Але потрібно враховувати, що репродуктивний рівень включає елементи творчого і навпаки.

Почуття – це переживання людиною свого ставлення до того, що вона пізнає, робить, до інших людей і до самої себе. Емоції та почуття органічно взаємопов'язані, але за змістом і формою переживання вони не тотожні. Емоція – це загальна активна форма переживання організмом своєї життєдіяльності

Моральні почуття - це почуття, в яких виявляється стійке ставлення людини до суспільних подій, до інших людей, до самої себе. Їх джерелом є спільне життя людей, їх взаємини, боротьба за досягнення суспільних цілей. Моральні почуття людини сформувались у суспільно-історичному житті людей, в процесі їх спілкування і стали важливим засобом оцінки вчинків і поведінки, регулювання взаємин особистості.

Естетичні почуття - це чуття краси в явищах природи, в праці, в гармонії барв, звуків, рухів і форм. Гармонійна злагодженість в об'єктах цілого та частин, ритм, консонанс, симетрія викликають почуття приємного, насолоду, яка глибоко переживається та вшляхетнює душу. Ці почуття викликають твори мистецтва. Не тільки в мисленні, а й почуттями людина утверджує себе в предметному світі.

Праксичні почуття - це переживання людиною свого ставлення до діяльності. Людина відгукується на різні види діяльності - трудову, навчальну, спортивну. Це виявляється в захопленні, в задоволенні діяльністю, в творчому підході, в радості від успіхів або в незадоволенні, в байдужому ставленні до неї. Інтелектуальні почуття

являють собою емоційний відгомін ставлення особистості до пізнавальної діяльності в широкому розумінні. Ці почуття виявляються в допитливості, чутті нового, здивуванні, упевненості або сумніві. Інтелектуальні почуття яскраво виявляються в пізнавальних інтересах, любові до знань, навчальних і наукових уподобаннях.

Пізнавальні почуття залежно від умов життя, навчання та виховання мають різні рівні свого розвитку. Такими його рівнями є цікавість, допитливість, цілеспрямований, стійкий інтерес до певної галузі знань, захоплення пізнавальною діяльністю. Пізнавальні почуття своїм механізмом мають природжений орієнтувальний рефлекс, але його зміст цілком залежить від навчання, виховання, навколишньої дійсності умов життя.

Емоції – це специфічна форма взаємодії людини з навколишнім світом, з середовищем, спрямована на пізнання світу та свого місця в ньому через саму себе. Емоції – це відносно короткочасні переживання, які носять чітко виражений ситуативний характер, тобто зв'язані зі ставленням людини до ситуацій, що виникають, або можливих ситуацій, до своєї діяльності, до конкретних вчинків. Емоції – конкретна форма переживання почуттів.

Питання про кількість і види емоційних реакцій обговорюють уже впродовж багатьох століть. В. Вундт вважав, що кількість емоцій (точніше було б сказати – відтінків емоційного тону відчуттів) настільки велика (значно більше, ніж 50000), що мова не має у своєму розпорядженні достатньої кількості слів для їхнього позначення. Спроби дати універсальну класифікацію емоцій намагались багато вчених, і кожен з них висував для цього власні підстави. Усі емоції Т. Браун поділяв на три групи: яким властивий механічний початок (інстинкти, звички); емоції із тваринним початком (апетит, бажання, афектації); емоції з раціональним початком (самолюбство, обов'язок). І. Кант зводив всі емоції до двох груп, в основі яких лежала причина виникнення емоцій: емоції сенсуальні та інтелектуальні. При цьому афекти і пристрасті він зараховував до вольової сфери. М. Спенсер пропонував поділяти почуття за ознакою їхнього виникнення і відтворення на чотири класи. Р. Плутчик виокремлює вісім базових емоцій, поділяючи їх на чотири пари, кожна з яких пов'язана з певною дією: руйнування (гнів) – захист (страх); прийняття (схвалення) – відкидання (відраза); відтворення (радість) – позбавлення (зневіра); дослідження (очікування) – орієнтація (подив). К. Ізард називає 10 основних емоцій: гнів, презирство, відраза, дистрес (горе-страждання), страх, провина, інтерес, радість, сором, подив. Виокремлюють дві основні функції емоцій та почуттів: оцінну та спонукальну. Оцінна функція полягає в тому, що в емоціях завжди наявна оцінка. Спонукальна функція емоцій полягає в тому, що вони визначають спрямованість діяльності, забезпечуючи її пристрастністю.

До фундаментальних емоцій відносять (за К. Є. Ізардом):

- інтерес-хвилювання - позитивна емоція, яка мотивує навчання, розвиток навичок та вмінь, активізує процеси пізнання, стимулює допитливість;
- радість - позитивне емоційне збудження, яке виникає при появі можливості повного задоволення актуальної потреби. В суб'єктивному плані це найбільш бажана емоція. Радість може виникнути в результаті послаблення дії негативного чинника;

- горе-страждання - емоція, яка викликається комплексом причин, пов'язаним з життєвими втратами. Часто переживається, як почуття самотності, жалості до себе, почуття непотрібності, нерозуміння оточенням;
- гнів - виникає при явному розходженні поведінки іншої людини з нормами етики, моралі;
- відроза - часто виникає разом з гнівом. Відроза являє собою бажання позбутися від когось або чогось;
- презирство - емоція, що відображає деперсоналізацію іншої людини або цілої групи, втрату їх значущості для індивіда, переживання переваги в порівнянні з ними;
- страх - переживання, що викликано отриманою прямою або непрямою інформацією про реальну або уявлювану небезпеку, очікування невдачі.

Страх є найсильнішою негативною емоцією;

- подив - різке підвищення нервової стимуляції, яке виникає після якоїсь несподіваної події;
- сором - виникає як переживання неузгодженості між нормою поведінки та фактичною поведінкою, прогнозування осудливої або різко негативної оцінки оточуючих на свою адресу;
- провина - емоція схожа на сором, оскільки також виникає в результаті неузгодженості між очікуваною та реальною поведінкою. Вина виникає при порушеннях морального або етичного характеру, причому в ситуаціях, коли людина відчуває особисту відповідальність.

“Емоційний інтелект” – науково-популярна книга американського психолога Деніела Гоулмана, яка вперше вийшла у 1995 році. Автор розкриває ідею, що успіх у житті залежить не лише від інтелекту (IQ), а значною мірою від емоційного інтелекту (EQ) – здатності розуміти, контролювати власні емоції та співпереживати іншим.

Практична частина

1. Тест «Відповідність індивідуальних здібностей людини здібності до управління»

Оцініть відповіді за такою схемою:

5 балів - Я завжди так роблю;

4 бали - Я так часто роблю;

3 бали - Я іноді так роблю;

2 бали - Я рідко так роблю;

1 бал - Я ніколи так не роблю.

Усі відповіді необхідно занести в таблицю у відповідний рядок (табл.3. 1).

Таблиця 2.1-

Алгоритм відповідей		
Тип здібностей	Кількість балів за кожне питання	Загальна кількість балів
У (управлінські)		
К (комунікативні)		
Т (технічні)		

1. Якщо мені необхідно виконати кілька доручень, я розставляю пріоритети та організую роботу відповідно до терміну виконання - У.
2. Більшість моїх знайомих та друзів кажуть, що вмію добре слухати - К.
3. Коли я обираю конкретне завдання (вивчення іноземної мови, проведення позааудиторного часу), я, як правило, розглядаю довгострокові (на три та більше років) наслідки та результати - У.
4. Я надаю перевагу технічним або пов'язаним із розрахунками навчальнідисципліни, а не гуманітарні науки - Т.
5. Якщо я з чимось не згоден, я завжди відстоюю свою точку зору - К.
6. Якщо я працюю над великим завданням, то спочатку оцінюю ситуацію в цілому, а тільки потім вникаю в деталі - У.
7. Я надаю перевагу спілкуванню зі знайомим, а не роботі з комп'ютером - Т.
8. Якщо я щось роблю, то я намагаюся залучати до цього процесу інших людей - К.
9. Коли я вивчаю навчальну дисципліну, то я співвідношу отриману інформацію з відомими даними й концепціями з інших предметів - У.
10. Якщо хтось допускає помилку, в мене не виникає бажання поправити його або підказати правильну відповідь чи рішення - К.
11. Коли я з кимсь розмовляю, мені шкода мого часу, який може бути використаний більш раціонально - Т.
12. Я маю цілі в кар'єрі, сім'ї та інших галузях. Я довго та ретельно їх обираю - У
13. Коли я шукаю рішення якоїсь проблеми, то надаю перевагу вивченню літератури (статистичних даних) - Т.
14. Якщо я працюю в команді і хтось із її членів удається до хитрощів, щоб не працювати, я скажу про свої претензії йому прямо у вічі, а не буду жалітися іншим членам команди або друзям - К.
15. Я із задоволенням беру участь у дискусіях про нові ідеї - У.
16. Навчальний курс із психології - це лише витрата часу, краще отримати більш детальні знання з економіки підприємства - Т.
17. Я вважаю, що кожен із нас повинен поводитися чемно, зважаючи на почуття інших - К.
18. Інформація та матеріальні предмети цікавлять мене значно більше, ніж люди - Т.

Підрахунок результатів.

Необхідно підсумувати бали, отримані за відповіді на питання за кожною категорією.

Оцінка управлінських навичок	_____	балів
Оцінка комунікативних навичок	_____	балів
Оцінка технічних навичок	_____	балів

Ідеальний управлінець повинен отримати високі результати за всіма трьома категоріями, проте результати можуть бути неоднаковими в кожній категорії. Якщо Ви отримали низькі оцінки, Вам необхідно зайнятися поліпшенням відповідних навичок або ж не займати керівних посад.

Завдання

1. Визначте за допомогою тесту свою бальну оцінку за різними категоріями, що визначають здібності до управління.

2. Дайте комплексну оцінку своїм здібностям і зробіть висновок щодо вашої майбутньої професійної орієнтації.

2. Діагностика "емоційного інтелекту" (Н. Холл)

Режим доступу: https://www.eztests.xyz/tests/personality_eq/

Методика призначена для виявлення здібності особистості розуміти відносини, що репрезентується в емоціях, і керувати своєю емоційною сферою на основі прийняття рішень. Вона складається з 30 тверджень і містить п'ять шкал:

шкала 1 - "Емоційна обізнаність";

шкала 2 - "Управління своїми емоціями" (емоційна відхідливість, емоційна нерігідність);

шкала 3 - "Самомотивація" (довільне керування своїми емоціями);

шкала 4 - "Емпатія";

шкала 5 - "Розпізнавання емоцій інших людей" (вміння впливати на емоційний стан інших).

Інструкція

Нижче наведені висловлювання, які так чи інакше відображають різні сторони життя. Праворуч від кожного твердження напишіть цифру, виходячи з вашої ступеня згоди з ним: повністю не згоден (-3 бали); в основному не згоден (-2 бали); почасти не згоден (-1 бал); частково згоден (+1 бал); в основному згоден (+2 бали); повністю згоден (+3 бали).

Тестовий матеріал

1. Для мене як негативні, так і позитивні емоції служать джерелом знання про те, як чинити в житті.
2. Негативні емоції допомагають мені зрозуміти, що я повинен змінити у своєму житті.
3. Я спокійний, коли відчуваю тиск з боку.
4. Я здатний спостерігати зміну своїх почуттів.
5. Коли необхідно, я можу бути спокійним і зосередженим, щоб діяти відповідно до запитів життя.
6. Коли необхідно, я можу викликати у себе широкий спектр позитивних емоцій, таких як веселощі, радість, внутрішній підйом і гумор.
7. Я стежу за тим, як я себе почуваю.
8. Після того як щось засмутило мене, я можу легко впоратися зі своїми почуттями.
9. Я здатний вислуховувати проблеми інших людей.
10. Я не зациклююсь на негативних емоціях.
11. Я чутливий до емоційних потреб інших.
12. Я можу діяти на інших людей заспокоїливо.
13. Я можу змусити себе знову і знову встати перед обличчям перешкоди.
14. Я намагаюся підходити до життєвих проблем творчо.
15. Я адекватно реауюю на настрої, спонукання і бажання інших людей.
16. Я можу легко входити в стан спокою, готовності і зосередженості.
17. Коли дозволяє час, я звертаюся до своїх негативним почуттям і розбираюся, в чому проблема.
18. Я здатний швидко заспокоїтися після несподіваного засмучення.
19. Знання моїх справжніх почуттів важливо для підтримки "хорошої форми".
20. Я добре розумію емоції інших людей, навіть якщо вони не виражені відкрито.
21. Я можу добре розпізнавати емоції за виразом обличчя.
22. Я можу легко відкинути негативні почуття, коли необхідно діяти.

23. Я добре вловлюю знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують.
24. Люди вважають мене добрим знавцем переживань інших.
25. Люди, які усвідомлюють свої справжні почуття, краще управляють своїм життям.
26. Я здатний поліпшити настрій інших людей.
27. Зі мною можна порадитися з питань відносин між людьми.
28. Я добре налаштовуюся на емоції інших людей.
29. Я допомагаю іншим використовувати їх спонукання для досягнення особистих цілей.
30. Я можу легко відключитися від переживання неприємностей.

КЛЮЧ

Шкала 1 - пункти 1, 2, 4, 17, 19, 25.

Шкала 2 - пункти 3, 7, 8, 10, 18, 30.

Шкала 3 - пункти 5, 6, 13, 14, 16, 22.

Шкала 4 - пункти 9, 11, 20, 21, 23, 28.

Шкала 5 - пункт 12, 15, 24, 26, 27, 29

Обробка та інтерпретація РЕЗУЛЬТАТІВ

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності зі знаком результатів:

14 і більше - високий;

8-13 - середній;

7 і менш - низький.

Інтегративний рівень емоційного інтелекту з урахуванням домінуючого знака визначається за такими кількісними показниками:

70 і більше - високий;

40-69 - середній;

39 і менше - низький.

3. Діагностика емоційної спрямованості особистості

Інструкція. Із запропонованих варіантів відповідей виберіть один і запишіть у бланку для відповідей після номера твердження число балів, що йому відповідає.

Відповіді оцінюються за шкалою:

«Безумовно, так» – + 2 бали;

«Мабуть, так» – + 1 бал;

«Мабуть, ні» – 1 бал;

«Безумовно, ні» – 2 бали.

Опитувальник

1. Я часто турбуюся про близьких друзів.
2. Відчуваю потребу поділитися з іншими людьми своїми думками і переживаннями.
3. Мені дуже приємно, коли усі звертають на мене увагу.
4. Для мене завжди важливо домогтися успіху в роботі.
5. Я люблю гострі відчуття.
6. Я охоче побував (-ла) би в якому-небудь новому, невідомому місці.

7. Відчуваю велику радість, самотійно розв'язавши важку проблему.
8. Люблю солодке і красиве почуття, що виникає при сприйнятті віршів і музики.
9. Віддаю перевагу простим радостям (смачно поїсти, солодко поспати).
10. Люблю займатися колекціонуванням.
11. Хочу приносити людям радість і щастя.
12. Для мене важливе схвалення оточуючих.
13. Приємно відчувати перевагу над суперниками.
14. Я захоплююся будь-якою роботою, що виконую.
15. Охоче йду на ризик.
16. Іноді мені здається, що повинно статися щось незвичайне.
17. Люблю розбиратися в причинах подій, явищ.
18. Я можу захоплюватися красою природи.
19. Люблю стан спокою і свободи від обов'язків.
20. Радію, коли поповнюю свою колекцію.
21. Мені завжди шкода невдач.
22. Я не зміг (-ла) би обійтися без друзів.
23. Я можу зробити багато чого, щоб завоювати визнання оточуючих.
24. Приємно відчувати, що день пройшов не дарма.
25. Я людина рішуча.
26. Люблю все таємниче і незвичайне.
27. Прагну систематизувати свої знання.
28. Твір мистецтва може зворушити мене до сліз.
29. Люблю приємне, бездумне витрачання часу.
30. Люблю робити покупки.
31. Радію, коли хтось досягає успіху.
32. Серед моїх рідних і знайомих є люди, яких я обожаю.
33. Я самолюбивий(а).
34. Я відчуваю радісне зворушення і духовне піднесення, коли робота йде добре.
35. Я люблю долати небезпеки.
36. Іноді мене тягне кудись вдалину.
37. Я люблю читати про наукові відкриття, пошуки і знахідки.
38. Я відчуваю насолоду, слухаючи улюблену музику.
39. Я схильний (схильна) до лінощів.
40. Я люблю розглядати свою колекцію.
41. Я прагну допомагати людям.
42. Я відчуваю велику вдячність до людей, що роблять мені приємно.
43. Мені хочеться якомога швидше взяти реванш у разі невдач.
44. Мій настрій покращується від усвідомлення того, що робота виконана сумлінно.
45. Азарт, спортивна злість поліпшують результати моєї діяльності.
46. Я люблю мріяти.
47. Найприємніше переживання – радість відкриття істини, почуття близькості рішення.

48. У мене виникає почуття піднесення і відчуженості при зіткненні з прекрасним.

48. Мені хотілося б жити безтурботно.

49. Я охоче розстаюся зі своїми речами.

50. Я є щасливою людиною.

Таблиця 2.2

Бланк відповідей

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50

Обробка результатів

Підрахуйте кількість набраних балів за кожним з десяти стовпчиків (по вертикалі) з урахуванням знака. Отримані цифри запишіть у вільні клітинки (останній ряд). За кожним вертикальним стовпчиком максимально можна набрати 10 балів. Загальна емоційна спрямованість особистості визначається за найбільшою сумою балів.

Відповідність стовпчиків таблиці спрямованості особистості:

I. *Альтруїстична спрямованість* – потреба в сприянні, допомозі, заступництві іншим людям.

II. *Комунікативна спрямованість* – потреба в спілкуванні.

III. *Глорична спрямованість* – потреба в самоствердженні, у славі, у «пожинанні лаврів».

IV. *Практична спрямованість* – переживання, зумовлені діяльністю, радість від процесу роботи.

V. *Пугнічна спрямованість* – потреба в подоланні небезпеки, інтерес і схильність до важких іспитів і до боротьби.

VI. *Романтична спрямованість* – прагнення до всього незвичайного, таємничого, зі сподіванням якихось подій, що вплинуть на долю.

VII. *Гностична спрямованість* – потреба в одержанні нової інформації, прагнення упорядкувати цю інформацію, домогтися «пізнавальної гармонії».

VIII. *Естетична спрямованість* – потреба в гармонії світу, у гармонії особистості.

IX. *Гедоністична спрямованість* – потреба в тілесному і душевному комфорті.

X. *Акзизитивна спрямованість* – прагнення до матеріального благополуччя, до грошей, потреба у накопиченні і колекціонуванні речей.

4. Тест: Методика визначення типу особистості та ймовірності особистісних розладів - це особистісний самоопитувальник, розроблений на підставі критеріїв DSM-IV та (частково) на основі DSM-III-R Дж. Олдхемом та Л. Моррісом у 1994 році.

(Акцентуація характеру)

Режим доступу: https://www.eztests.xyz/tests/personality_oldham/

ТЕМА 3: КОМАНДНО-ГРУПОВИЙ ХАРАКТЕР ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

Практичне заняття 3.1. (2 год)

Тема: Еволюція та динаміка команди: подолання криз (Модель Такмана)

Мета: Усвідомити, за яких умов група переходить на вищий ступінь розвитку, стаючи командою, та освоїти послідовність проходження стадій розвитку команди (Forming, Storming, Norming, Performing), ідентифікуючи ключові завдання та психологічні виклики на кожному етапі.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Назвіть спільні та відмінні риси між формальними і неформальними групами.
2. Що таке «референтна група»?
3. Яка кількість членів групи вважається оптимальною? Чому?
4. Етапи розвитку команди за Брюсом Такменом.
6. Назвіть чинники, що впливають на ефективність роботи групи.
7. Охарактеризуйте такі чинники впливу на ефективність роботи групи, як чисельність, склад і стабільність групи.
8. Які основні групи у вашому житті? Як вони порівнюються з другорядними групами у вашому житті? (Д/з: Напишіть 2-3 абзаци опису цих груп і порівняйте його з описом однокурника при обговоренні.)
9. Яка група найважливіша для людей? (Д/з: Створіть опитування з принаймні двома питаннями, визначте цільовий розмір вибірки та проведіть опитування. Оприлюдніть про свої результати. Порівняйте результати з результатами ваших однокурсників.)
10. Чи бувають випадки, коли краще працювати поодиночі, а не в групі? Чому так, чи чому ні? Висловіть свою думку з однокурсником.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Конформізм. Експеримент С. Аша. Нонконформізм
2. Теорія самоактуалізації А.Маслоу. Ієрархія потреб

Джерела інформації:

1. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: Підручник Вид. 2-ге, доп. виправ./ О. Є. Кузьмін. О. Г. Мельник. К.: Академвидав, 2007. 464 с.
2. Москаленко В.В. Соціальна психологія: Підручник. / В.В. Москаленко. К.: Центр учбової літератури, 2008. С.515 – 554.
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2003. С.237 – 287.
4. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: Підручник. у 2-х кн. Кн.2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. / Л.Е. Орбан-Лембрик. К.: Либідь, 2006.С. 8 -110.
5. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навчальний посібник. Вид. 3-тє, вип., доп. / Ю.Ф. Пачковський. – К.: Каравела, 2012. С.301 – 375.
6. Стадник В.В. Менеджмент: Підручник. Вид. 2-ге, вип., доп. / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007. – с.77 - 120.
7. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2005. С.131 – 172.
8. Юрков О.С. Психологія управління: курс лекцій для студентів денної і заочної форм навчання напряму підготовки 6.030103 «Практична психологія» / укладач О.С. Юрков. – Мукачево: МДУ, 2017. 179 с.

8. https://stud.com.ua/30634/psihologiya/printsipi_stvorennya_komand
9. <https://studfile.net/preview/5740060/page:17/>
10. <https://studfile.net/preview/3836154/page:5/>
11. Національні моделі менеджменту : <https://naurok.com.ua/dopovid-na-temu-nacionalni-modeli-menedzhmentu-413631.html>
12. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навчальний посібник. / Л.М. Карамушка. - К.: Міленіум, 2003. 344 с.
13. Лозниця В. С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навчальний посібник. / В.С. Лозниця. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. 512 с.
14. Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. / Л.П. Мельник. К.: МАУП, 1999. 176 с.

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Теоретична частина

Управління етапами розвитку команди. Навіть добре продуманий план створення команди відразу ж не призведе до бажаного результату. Соціологами було з'ясовано, що всі групи, перш ніж досягти високої продуктивності, проходять ряд етапів розвитку, на кожному з яких важливо визначити роль лідера, що забезпечує проходження цих етапів з мінімальними психологічними витратами у вигляді міжособистісних конфліктів, нерозуміння між членами групи, суперництва і конкуренції за соціальний статус у групі.

На деякому етапі свого розвитку група повинна подолати внутрішні суперечності і сумніви, перш ніж вийде дійсно спаяний колектив. Цей процес не несе спокою і породжує ризики, але це необхідний шлях створення командних норм роботи.

Чіткість намірів і згуртованість членів команди сприяють в результаті більш високої продуктивності, ніж в "робочій групі". Після виконання завдань команди часто розпадаються, і ця фаза також характеризується особливими процесами.

Виділяються наступні основні фази становлення команди:

- Формування;
- Бурління;
- Нормування;
- Функціонування.

Рано чи пізно настає момент, коли всі цілі, заради яких створювалася команда, досягнуті. Виникає завдання розформування команди. Це рішення є непростю справою для керівника. Він повинен усвідомлювати дискомфорт, який відчувають члени команди, розуміти невизначеності, що виникають перед членами команди, породжені необхідністю припинення її роботи, а також нерідко відсутність ясних перспектив подальшої долі колективу та індивідуальних його членів.

Члени команди, котрі припиняють роботу, потребують інформації про те, наскільки добре вони її зробили і чи зможуть впоратися з новими завданнями. Лідер команди повинен по можливості зменшувати напруженість, пов'язану зі змінами та переходами. У разі необхідності лідеру слід заохочувати членів команди до того, щоб ті не втрачали зв'язки один з одним, підтримували стосунки, займаючись новою роботою і проектами.

Режим доступу:

https://stud.com.ua/41991/menedzhment/dinamika_rozvitku_komandi

Практична частина

1. Тест Опитувальник рівня суб'єктивного контролю (Бажин) призначений для діагностики інтернальності - екстернальності, тобто ступеня готовності людини брати на себе відповідальність за те, що відбувається з нею навколо неї. Розроблено на основі шкали Дж. Роттера.

Люди відрізняються між собою за тим, як і де вони локалізують контроль над важливими подіями. Можливі два полярні типи такої локалізації: екстернальний та інтервальний. У першому випадку людина вважає, що події, що відбуваються з нею, є результатом дії зовнішніх сил – випадку, інших людей і т.д. У другий випадок людина інтерпретує значні події як результат своєї діяльності.

Режим доступу: https://www.eztests.xyz/tests/personality_bazhin/

2. Дискусія по матеріалу «Етюди. Егоїзм перемагає в групі, а далі парадокс», Олег Чабан (2022) Чи можлива еусоціальність у процесі групової взаємодії?

Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=3F1cBueZ47M>

3. Дискусія після представлення презентацій студентами (д/з):

1. Конформізм. Експеримент С. Аша. Нонконформізм

Перегляньте відео «Конформізм- це добре чи погано?» та інші відео за цим покликанням: <https://pyrogiv.kiev.ua/konformizm-shho-ce-take/>

Дайте відповіді на запитання:

Що таке конформізм?

Плюси та мінуси конформізму.

Причини конформізму.

Нонконформізм.

Конформізм і інформаційний вплив.

Конформізм- це добре. чи погано?

2. Теорія самоактуалізації А.Маслоу. Ієрархія потреб

Опрацювати інформацію відео та підготувати виступ-презентацію «Піраміда Маслоу - міф, який зайшов занадто далеко» <https://www.youtube.com/watch?v=hhPbefU9pB0>

4. Вкажіть на основні ознаки перетворення групи на команду (спільний успіх, зростання довіри, колективна відповідальність).

Виділіть П'ять стадій Такмана: характеристики та умови переходу між стадіями.

Опишіть Модель Дрексlera/Сіббета: аналіз небезпеки пропуску етапів створення команди.

Етап	Зміст та методи	Опис завдання та посилання на джерела
1. Діагностика	Аналіз трансформації: Група VS Команда.	Обговорення: Які ознаки свідчать, що журналістський колектив перетворився на команду? (-коли «колективна відповідальність» розділяється усіма учасниками, а не лише керівником; -коли членство вважається престижним; -коли неформальні відносини мають більше значення, ніж формальні).
2. Симуляція «Перехід між стадіями»	Кейс-аналіз кризових переходів (Модель Такмана).	Зверніться до опису чотирьох стадій. Завдання: визначити, що саме має зробити лідер/команда, щоб успішно перейти до наступної стадії. Формування (Forming): Як перейти від залежності від лідера та уникнення суперечностей? (Відповідь: Відмовитися від оминання загрозливих тем і піти на ризик конфлікту). Конфліктна стадія (Storming): Як мінімізувати конкуренцію та конфлікт? (Відповідь: Найважливіша риса – здатність слухати, зосередитися на розв'язанні проблеми). Нормування (Norming): Який основний недолік цієї стадії? (Відповідь: Побоювання неминучого розпаду групи та опір змінам).
3. Аналіз невдач	Обговорення «Зупинка на Реалізації» (Модель Дрексlera/Сіббета).	Аналіз: Модель Дрексlera/Сіббета включає 4 етапи створення команди (Орієнтація, Побудова довіри, Прояснення цілей, Зобов'язання). Чому, згідно з цією моделлю, більшість команд «зупиняються» на етапі Реалізації? (Обговорення того, що пропуск кроків створення команди, особливо побудови довіри та прояснення цілей, веде до зупинки процесу).
4. Підсумки	Командна стійкість.	Обговорення фінальної стадії – Розформування (Adjourning) та Оновлення (Renewal) . Чому навіть після досягнення Високої продуктивності (Performing) необхідно повертатися до попереднього циклу (Оновлення)?

Практичне заняття 3.2: (2год)

Тема: Архітектура та ефективність команди: Ролі Белбіна

Мета: Зрозуміти, як оптимальний розмір і склад (композиція) впливають на внутрішню динаміку, та навчитися формувати збалансовану команду проєкту, забезпечуючи наявність необхідних управлінських ролей за Белбіним.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Якими є чинники ефективності команди? (чисельність (оптимальний розмір 5 або 7–9 осіб), композиція (гомогенні/гетерогенні групи), стабільність (вплив різного віку та досвіду).
2. Які дві ролі виконує кожен член команди? (функціональна та роль у групі).
3. Якими є ключові управлінські ролі Белбіна та їхня динаміка залежно від етапу розвитку групи/команди?
4. Класифікація команд за джерелами формування команди, в залежності від поставленої мети та роду діяльності.
5. Чим команда відрізняється від групи людей?
6. Розкрийте сутність соціально-психологічних чинників групової інтеграції.
7. Охарактеризуйте функціональні та поведінкові характеристики ролей членів групи за М. Белбіним.
8. Ефект Рінгельмана

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Теорія мотивації досягнення успіхів (Д. Мак-Клелланда, Д. Аткинсона, Х. Хекхаузена)
2. Формування команд та управління ними.

Джерела інформації:

1. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: Підручник Вид. 2-ге, доп. виправ./ О. Є. Кузьмін. О. Г. Мельник. К.: Академвидав, 2007. 464 с.
2. Москаленко В.В. Соціальна психологія: Підручник. / В.В. Москаленко. К.: Центр учбової літератури, 2008. С.515 – 554.
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2003. С.237 – 287.
4. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: Підручник. у 2-х кн. Кн.2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. / Л.Е. Орбан-Лембрик. К.: Либідь, 2006.С. 8 -110.
5. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навчальний посібник. Вид. 3-тє, вип., доп. / Ю.Ф. Пачковський. – К.: Каравела, 2012. С.301 – 375.
6. Стадник В.В. Менеджмент: Підручник. Вид. 2-ге, вип., доп. / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007. – с.77 - 120.
7. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2005. С.131 – 172.
8. Юрков О.С. Психологія управління: курс лекцій для студентів денної і заочної форм навчання напряму підготовки 6.030103 «Практична психологія» / укладач О.С. Юрков. – Мукачєво: МДУ, 2017. 179 с.
8. https://stud.com.ua/30634/psihologiya/printsiipi_stvorenniya_komand
9. <https://studfile.net/preview/5740060/page:17/>
10. <https://studfile.net/preview/3836154/page:5/>
11. Національні моделі менеджменту : <https://naurok.com.ua/dopovid-na-temu-nacionalni-modeli-menedzhmentu-413631.html>

12. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навчальний посібник. / Л.М. Карамушка. - К.: Міленіум, 2003. 344 с.
13. Лозниця В. С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навчальний посібник. / В.С. Лозниця. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. 512 с.
14. Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. / Л.П. Мельник. К.: МАУП, 1999. 176 с.

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Теоретична частина

Нормальний рух команди до високоефективної роботи можливий у разі забезпечення згуртованості команди (досягнення синергії - тобто команда працює як єдиний організм), налагодженої системи комунікацій, встановлення норм роботи, прийнятих усіма членами команди, і грамотним управлінням етапами розвитку команди.

Забезпечення згуртованості команди. Згуртованість команди необхідно відрізнити від конформізму. Кордон між згуртованістю і конформізмом досить умовний. Чим ближче члени команди між собою за своїми даними (походженням, кваліфікації, системі цінностей), тим більші задоволення і згуртованість вони будуть демонструвати. На жаль, команда може перетворитися на елітарне і пов'язане круговою порукою співтовариство, яке вимагатиме конформізму від своїх членів. Це зазвичай призводить до того, що американський соціолог І. Дженніс назвав "груповим мисленням": консенсус і гармонія проявляються в такій мірі, що небажані ідеї, дані або інформація навмисне ігноруються. Дженніс досліджував поведінку урядових команд і виявив, що деякі з них надзвичайно схильні до групового мислення. Він **визначив вісім симптомів, що дозволяють ідентифікувати наявність групового мислення:**

- **Ілюзія невразливості,** Колективна більшість або всі члени команди надихаються надмірним оптимізмом і це заохочує невиправданий ризик;
- **Колективне прагнення до прикрашання дійсності,** з тим щоб ігнорувати "ознаки", здатні похитнути погляди членів команди, поки вони зберігають вірність минулим політичним рішенням;
- **Непохитна віра у безумовну відповідність команди нормам моралі,** що сприяє ігноруванню членами команди етичних та моральних наслідків прийнятих рішень;
- **Стереотипні уявлення про лідерів протилежного боку як про занадто негативних,** щоб можна було гарантувати ведення з ними чесних переговорів, **або занадто слабких і дурних,** щоб йти на якісь ризиковані дії з метою розладнати їхні наміри;
- **Прямий тиск на члена команди,** що висуває різкі аргументи проти будь-яких групових стереотипів, ілюзій або зобов'язань, що дає зрозуміти, що така незгода суперечить поняттю лояльного члена команди;

- Самоцензура в оцінці відхилень від показного групового консенсусу, що відображає прагнення кожного члена команди заглушити власні сумніви і контраргументи;

- Ілюзія однотайності щодо суджень, що узгоджуються з думкою більшості;

- Поява самозваних "охоронців моралі" - членів команди, що захищають інших від небажаної інформації, яка могла б похитнути загальну благодущність з приводу ефективності та етичності прийнятих рішень.

Групове мислення, яке є формою групового конформізму, засмічує механізм прийняття рішень. Це відбувається тому, що завдання, альтернативи та ризики, пов'язані з рішеннями, належним чином не досліджуються і не оцінюються. Якщо всі члени команди пристосовуються до домінуючої і незаперечною ідеології, команда в цілому втрачає в рівні компетентності.

Проблеми з розвитком згуртованості команди можуть створювати такі факти, як поява сильної особистості, домінуючою на всіх зборах команди, введення на відповідальну роль у міцній команді людини ззовні замість кандидата з самої команди, зростаюче відчуття у членів команди, що вона відсторонюється від участі в справах відділу або організації, постійні невдачі команди при розгляді нових методів роботи. У таких ситуаціях часто потрібні значний такт, наполегливість, а іноді й неабияка особиста сміливість і прямота. Немає легких і швидких рішень проблем і надійних способів уникнути пасток при формуванні команди.

Практична частина

1. Тест. Методика розподілу ролей у команді (М. Белбін)

Реймонд Мередіт Белбін – американський психолог, який багато років присвятив вивченню умов, необхідних для успішної діяльності управлінських команд. Припущення Белбіна у тому, кожен член робочої групи грає подвійну роль. Перша роль, функціональна, пов'язані з формальною специфікою діяльності групи. Друга, "командна роль", набагато менш очевидна, проте саме вона важлива для успішної діяльності групи.

Белбіну вдалося створити модель, в якій він виділив та описав 8 командних ролей, якими характеризується все рольове розмаїття групи. При підборі команди слід включати до неї людей, особисті характеристики яких охоплюють діапазон якостей, необхідних для того, щоб усі ролі могли бути реалізовані.

Повна рольова структура створює передумови для ефективної партнерської взаємодії, що забезпечує результати трудової діяльності, що відповідають інтересам команди проекту. Якщо група працює неефективно, корисно проаналізувати її склад у світлі восьми ролей, що розглядаються. Можливо, що в колективі не вистачає співробітника, який міг би грати якусь із важливих ролей. У такому разі необхідно підібрати таку людину або спробувати навчити інших членів групи виконувати відповідні функції.

Джерело: Р. М. Белбін Типи ролей у командах менеджерів, 2003.

Режим доступу: https://www.eztests.xyz/tests/professional_belbin/

2. Опрацюйте інформацію про **ефект Рінгельмана**.

Висловіть свої думки стосовно цього ефекту та як з цим узгоджується "своя впевненість"? (Ефект Рінгельмана у інтелектуальній роботі.)

Режим доступу: <https://staff-capital.com/ringelmann-effect/>

<https://www.youtube.com/watch?v=qPex0TjHn6E>

3. Аналіз критичних ситуацій

Вам пропонується на вибір три варіанти критичних ситуацій: «Вижити в пустелі», «Корабельна аварія на Місяці», «Корабельна аварія на морі». У всіх трьох ситуаціях пропонується уявити себе членами екіпажу транспортного засобу (літака, корабля, космічного корабля), що потрапив у катастрофу. Для забезпечення життєдіяльності і порятунку слід проранжувати список врятованих речей (крім особистих) за ступенем їх важливості (1 - найважливіша річ, 2 - менш важлива і т. д.).

Хід виконання:

1. Оберіть ту критичну ситуацію, яку Ви будете вирішувати.
2. Оберіть командира, який, взявши на себе керівні функції, забезпечить колективне обговорення і вироблення спільного рішення про пріоритетність врятованих речей.
3. Складіть під керівництвом командира спільно схвалений перелік речей, проранжований з погляду їх цінності. В процесі колективного обговорення можливе відстоювання власної думки кожним членом групи, але загальне управління процесом здійснює капітан з огляду на власну концепцію порятунку. Гра закінчується в разі вироблення загальної позиції чи ситуації, коли більшість групи погодиться з встановленим ранжуванням.
4. Порівняйте отриманий список із визнаним експертами варіантом (надається викладачем).

Ситуація 1

Вижити в пустелі

Пора року – середина липня, 10-та година ранку. Ви щойно пережили аварійну посадку літака у піщано - кам'янистій пустелі. Невеликий двомоторний літак повністю згорів. Уцілили тільки крила. Всі пасажиризалишилися неушкодженими. Пілот та його помічник загинули. Пілот не зміг передати по радіо точне місце аварії. Проте Вам стало відомо, що Ви знаходитесь приблизно у 100 кілометрах на південний захід від найближчого людського поселення.

Місцевість навколо Вас рівнинна, тільки подекуди ростуть бочкоподібні та деревоподібні кактуси, які виглядають дуже колючими. В останньому метеозведенні повідомлялося, що в пустелі температура сягає 40° С у затінку, а це означає, що на висоті 30 см над ґрунтом слід чекати температури до 47 ° С. Ви вдягнені легко, на Вас сорочка з короткими рукавами, звичайні штани, білизна, шкарпетки та звичайне взуття. Один пасажир має пачку цигарок та сірники, інший – кулькову ручку.

Перш ніж літак спалахнув, вдалося врятувати 15 предметів. Ваше завдання полягає у встановленні такої послідовності цих предметів, щоб найбільш життєво важливий предмет дістав перший номер, а найменш важливий – останній, п'ятнадцятий номер. Усі предмети необхідно розташувати у певній послідовності. Одночасне прив'язування кількох предметів до одного місця є недопустимим.

Перелік предметів:

1. Кишеньковий ліхтарик (4 батарейки).
2. Складний ніж з автоматичним лезом.
3. Авіаційна карта району аварії.
4. Великий поліетиленовий плащ.
5. Магнітний компас.
6. Санітарна скринька з марлевими бинтами.
7. Заряджений пістолет калібру 7,65 мм.
8. Парашут червоно-білого кольору.
9. Флакон з 1000 пігулок солі.
10. Каністра з водою по 2 літри на кожного.
11. Книга про їстівних тварин, які мешкають в пустелі.
12. Сонячні окуляри на кожного.
13. Два літри горілки міцністю 40°.
14. Пальто для кожного.
15. Кишенькове люстерко.

Ситуація 2

Корабельна аварія на Місяці

Ваш космічний корабель зазнав аварії на Місяці на відстані 300 кілометрів від станції, що знаходиться на сонячному боці. Ніхто не поранений. Ваше життя залежить від того, чи зможете Ви дібратися до станції. Під час аварії вціліло 13 предметів. Ви повинні встановити послідовність цих предметів за ступенем їх важливості для збереження Вашого життя під час подолання шляху довжиною 300 кілометрів. Під номером 1 позначте найбільш значущий предмет, а під номером 13 – найменш значущий.

Перелік предметів:

1. Коробка сірників.
2. Харчові концентрати.
3. 20 метрів нейлонового шнура.
4. Шовковий парашут.
5. Переносний обігрівач на сонячних батареях.
6. Коробка сухого молока.
7. Два балони з киснем.

- 8.Зоряна карта місячного неба.
- 9.Магнітний компас.
- 10.Каністра з водою на 25 літрів.
- 11.Сигнальні ракети.
- 12.Аптечка першої допомоги з ін'єкційними голками.
- 13.Передавач з частотною модуляцією на сонячних батареях.

Ситуація 3

Корабельна аварія на морі

Ви дрейфуйте на яхті у південній частині Тихого океану. У результаті пожежі більша частина яхти та її вантажу знищена. Яхта повільно тоне. Ваше місцезнаходження неясне через розладнання головних навігаційних приладів, але приблизно Ви знаходитесь на відстані тисячі кілометрів на південний захід від найближчого суходолу.

Нижче наведений список 15 предметів, які залишилися непошкодженими після пожежі. На додаток до цих предметів Ви маєте тривкий надувний рятувальний човен з веслами, достатньо великий, щоб витримати Вас та всі перелічені нижче предмети. Майно тих людей, які залишилися живими, становлять пачка цигарок, кілька коробок сірників та п'ять однодоларових банкнотів. Ви повинні проранжувати 15 перелічених нижче предметів відповідно до їхнього значення для виживання. Позначте цифрою 1 найбільш важливий предмет, цифрою 2 – другий за значенням і так далі до п'ятнадцятого, найменш важливого для Вас.

Перелік предметів:

- 1.Секстант (прилад для визначення місцезнаходження за зірками).
- 2.Люстерко для гоління.
- 3.Каністра з водою на 20 літрів.
- 4.Протимоскітна сітка.
- 5.Одна коробка з армійським харчовим раціоном
- 6.Карти Тихого океану.
- 7.Рятувальна плавуча подушка.
- 8.Каністра нафтогазової суміші на 8 літрів.
- 9.Транзисторний радіоприймач.
- 10.Репелент - засіб для відлякування акул.
- 11.Два квадратних метри непрозорого пластику.
- 12.Бутель рому міцністю 80° обсягом 2,5 літра.
- 13.П'ять метрів нейлонового канату.
- 14.Дві коробки шоколаду.
- 15.Снасті для риболовлі.

Практичне заняття № 3.3 (2 год)

Тема: Успішний редакційний колектив.

Мета: сформувати розуміння про організацію як систему, розглянути різні моделі управління організацією.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Організація як система. Фактори впливу на організацію.
2. Охарактеризуйте чинники взаємин групи з керівником організації.
3. Моделі управління організацією
4. Бірюзові організації

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Теорія мотивації досягнення успіхів (Д. Мак-Клелланда, Д. Аткинсона, Х. Хекхаузена)
2. Модель організації 5-го рівня управління.
3. Система мотивації членів команди.
4. Психологічний клімат у команді.

Джерела інформації:

1. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: Підручник Вид. 2-ге, доп. виправ./ О. Є. Кузьмін. О. Г. Мельник. К.: Академвидав, 2007. 464 с.
2. Москаленко В.В. Соціальна психологія: Підручник. / В.В. Москаленко. К.: Центр учбової літератури, 2008. С.515 – 554.
3. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навчальний посібник. / Л.М. Карамушка. - К.: Міленіум, 2003. 344 с.
4. Лозниця В. С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навчальний посібник. / В.С. Лозниця. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. 512 с.
5. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навчальний посібник. Вид. 3-тє, вип., доп. / Ю.Ф. Пачковський. – К.: Каравела, 2012. С.301 – 375.
6. Стадник В.В. Менеджмент: Підручник. Вид. 2-ге, вип., доп. / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидав, 2007. – с.77 - 120.
7. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2005. С.131 – 172.
8. Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. / Л.П. Мельник. К.: МАУП, 1999. 176 с.
9. https://stud.com.ua/30634/psihologiya/printsipi_stvorenniya_komand
10. <https://studfile.net/preview/5740060/page:17/>
11. <https://studfile.net/preview/3836154/page:5/>
12. Національні моделі менеджменту : <https://naurok.com.ua/dopovid-na-temu-nacionalni-modeli-menedzhmentu-413631.html>
13. <https://vctr.media/ua/scho-take-biryuzova-kompania-154165/>
14. <https://www.marketing-ua.com/article/biznes-novogo-pokolinnya-6-biryuzovih-kompanij-shho-pratsyuyut-v-ukrayini/>

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися інформацією, поданою нижче.

Теоретична частина

Встановлення здорових норм. Командні норми часто є неписаними, але прийнятими групою правила і процедури діяльності. Вони визначають статус членів команди і можуть допомогти запобігти непорозумінням або неефективним міжособистісним відносинам. В ідеалі ці норми повинні сприяти як вирішенню завдання, так і хорошим взаєминам у команді. Важливо, щоб на час існування команди були встановлені методи роботи та процедури, що відповідають цілям і завданням команди. Командні норми повинні відображати групові цінності, цілі, їх тотожність, і, коли це спостерігається, стабільність групи і задоволення роботою підвищуються. Групам легше погодитися на введення норм, коли вони більшою мірою однорідні за інтересами, поділяють цінності і позиціям. В іншому випадку можливе виникнення конфлікту раніше, ніж команда виробить влаштовують всіх норми. Група не може ефективно функціонувати, поки не встановлені чіткі норми та угоди.

Яким чином можна спробувати змінити непродуктивні норми? Це функція лідерів команди. Саме вони повинні встановлювати норми або змінювати невідповідні цілям команди. Ключем тут є з'ясування того, що сприяє посиленню команди. Встановивши основи командних норм, можете почати думати про стратегію зміни факторів, що зміцнюють команду. Значимість соціальних факторів звичайно недооцінюється. Тепер можна продумати конструктивні способи їх використання для встановлення більш продуктивних норм.

Командні норми відображають групові цінності, цілі, самобутність команди і служать керівництвом до того, як впоратися із завданнями, розподілом ролей і відповідальністю. Якщо результиуюча продуктивність менше необхідної, тоді командні норми стають проблемою для організації. Разом з тим при надмірній продуктивності можуть виникнути інші проблеми, такі як хвороби або стреси серед членів команди і проблеми взаємин між будинком і роботою. Команди, в яких діють норми, розраховані на надлишкову продуктивність, можуть також втратити працівників, які могли б виявитися корисними команді. В обох випадках командні норми незадовільні і команди пожинають негативні плоди своєї роботи. Тому переоцінка початкових уявлень і укорінених стандартів поведінки є болючий, але необхідний етап формування команди.

Практична частина

Завдання 1.

Підготувати презентацію «Що таке бірюзова організація і які відмінності у компаній майбутнього?»

Обговорити статтю:

Жосан Г.В.1, Кириченко Н.В. Визначення місця формальних організацій в теорії бірюзових організацій. 2019

ULR: <https://snku.krok.edu.ua/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/169>

Завдання 2. Оберіть один з журналістських колективів, який ви вважаєте успішним. Підготуйте про нього інформацію, чому ви вважаєте його успішним. (Презентація).

Завдання 3. Сформуйте умовну редакційну команду з 7 осіб для виконання певного завдання. Зверніть увагу на вплив чинників (чисельності, складу) на ефективність групи та функціонально поведінкову рольову структуру команди (за М. Белбіним), скориставшись таблицею нижче:

Етап	Зміст та методи	Опис завдання та посилання на джерела
1. Оптимізація структури	Обговорення чинників ефективності.	<p>1. Чисельність: Чому розмір групи п'ять осіб вважається найкращим для управління, згідно з дослідженнями? (Через непарне число, меншу ймовірність блокування, легку зміну ролей).</p> <p>2. Композиція та стабільність: Чому наявність працівників різного віку та рівня майстерності підвищує стійкість групи? (Молодь стимулює ініціативи, зменшує консерватизм; ветерани забезпечують стриманість, організованість, обмін досвідом).</p>
2. Основна вправа: «Збалансована редакція»	Формування управлінської команди за Белбіним.	<p>Сценарій: Ви формуєте ядро редакційної групи для довгострокового розслідувального проекту (як у «Суспільному мовленні»).</p> <p>Завдання: Скласти команду з семи осіб (керуючись оптимальним розміром), забезпечивши наявність семи управлінських ролей Белбіна.</p> <p>Обґрунтування: Для кожної з семи вибраних ролей пояснити, яку ключову функцію вона виконуватиме у журналістському колективі: <i>Наприклад: Критик/Аналітик - перевіряє факти, аналізує логічність;</i> <i>Командний працівник (Опора команди) - згладжує конфлікти, підтримує тих, хто вигорів.</i></p>
3. Рольова динаміка	Ролі та етапи проекту.	<p>Обговорення: Як змінюється потреба в певних ролях залежно від етапу життєвого циклу проекту (за прикладом Белбіна):</p> <ul style="list-style-type: none"> • На етапі створення групи найважливішим є хто? (<i>Локомотив, Координатор</i>). • На етапі планування та вибору методик? (<i>Критик, Фахівець</i>). • На етапі реалізації завдань? (<i>Реалізатор, Скрупульозний виконавець</i>).
4. Підсумки (5 хв)	Дві ролі.	Нагадування: кожен член команди виконує дві ролі - функціональну (пов'язану з посадою) та роль у групі (поведінкову).

ТЕМА 4. ЛІДЕРСТВО ТА КЕРІВНИЦТВО РЕДАКЦІЙНИМ КОЛЕКТИВОМ

Практичне заняття 4.1: (2 год)

Тема: Розмежування ролей та функцій: Керівник VS Лідер

Мета: Сформувані у студентів уявлення про поняття «керівник», «менеджер», «лідер», «керівництво», «лідерство»; спільні риси керівника та лідера; відмінності між керівництвом та лідерством, а також формальним та неформальним лідерством. Розглянути статево-гендерний аспект проблеми в управлінні. Визначити, які особисті риси людини формують ефективного керівника (лідера).

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Охарактеризуйте поняття «керівник», «керівництво», «лідер» та «лідерство». Вкажіть на їх спільні риси та відмінності.
2. У чому різниця між формальним та неформальним лідером?
3. Охарактеризуйте психологічні типи керівників.
4. Проаналізуйте основні теорії лідерства.
5. Які особисті риси людини формують ефективного керівника (лідера).
6. Визначити основні переваги та недоліки традиційних стилів керівництва.
7. Комбіновані (новітні, сучасні) стилі керівництва залежно від того, як і якою мірою керівник залучає підлеглих до розв'язування проблем організації.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Трансакційний аналіз Е.Берна як спосіб комунікації (спілкування).
2. Статево-гендерний аспект проблеми в менеджменті медіаорганізацій.
3. Сутність теорій «Х» та «У» Д. Мак-Грегора та теорії «Z» У. Оучі.

Джерела інформації:

1. Бандурка О.М. Професіоналізм і лідерство/ОМ Бандурка, СП Бочарова, ЕВ Землянська. Харків: «Титул», 2006. 578с.
2. Гірняк О.М. Менеджмент: Підручник. / О.М.Гірняк, П.П. Лозановський. Львів: «Магнолія 2006», 2008. 292 с.
3. Губіна А.М. Концепція дослідження мотивації досягнення успіху у професійному самовизначенні студентів технічних спеціальностей. Вісник ХНПУ ім. Г.С.Сковороди. «Психологія», Вип.47. X. : Харківський НПУ ім. Г. Сковороди, 2014. С. 50-58
4. Губіна А.М., Мартинюк А.П Проблематика гендерної ідентичності та професійного самовизначення особистості. Всеукраїнський науково-практичний журнал «Директор школи, ліцею, гімназії» - Спеціальний тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору», № 4. Кн. 2, Том III (85). К.: Гнозис, 2019. С.52-62.
5. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навчальний посібник. / Л.М. Карамушка К.: Міленіум, 2003. 320 с.
6. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: Підручник Вид. 2-ге, доп. виправ./ О. Є. Кузьмін. О. Г. Мельник – К.: Академвидав, 2007. 464 с.
7. Кулінич І.О. Психологія управління: Навч. посіб. / І.О. Кулінич. К.: Знання, 2008. 292с.
8. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: навч. посіб. / В.С. Лозниця. К.: ТОВ «УВПК»Екс Об», 2001. 515 с.
9. Макс-Клатчі С. Будь лідером: вирішуй, плануй, дій. X.: Віват, 2020. 208 с.

10. Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. К.: МАУП, 2009. 176 с.
11. Орбан-Лембрик Л.Є. Психологія управління: Посібник. / Л.Є. Орбан-Лембрик. К.: Академвидав, 2003. С.164 – 236.
12. Орбан-Лембрик Л.Є. Соціальна психологія: Навчальний посібник. / Л.Є. Орбан-Лембрик. К.: Академвидав, 2005. 448 с.
13. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / Г.В. Осовська. К.: «Кондор», 2003. 556 с.
14. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємства: Навч. посіб. Вид.3-тє випр. доп. / Ю.Ф. Пачковський. К.: Каравела, 2012. 416с.
15. Саранулова Є.Г. Психологія управління: Навч. посіб. / Є.Г. Саранулова, П.С. Єщенко. К.: Університет «Україна», 2006. 144 с.
16. Стадник В.В. Менеджмент : Підручник. Вид 2-ге, випр., доп. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академвидав, 2007. 472 с.
17. Сухарський В.С. Менеджмент (загальний з основами спеціального). / В.С. Сухарський. Тернопіль:Астон, 2004. 528 с.
18. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с. https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch_metod_d_t/Navch_metod_materiali/Zhurnalistika/Suchasniy_media_management.pdf
19. Управління персоналом: підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середя; за заг. ред. О. М. Шубалого. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 404 с. <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-03/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%202018.pdf>
20. Ферраці Кейт, Ноель Вейріч, Кіан Гохар Конкуренція в новому світі праці. К.: Лабораторія, 2022. 232 с.
21. Харизма лідера / Радислав Гандапас ; Пер. з рос. А. Стояновська. Д.: Моноліт, 2018. 296 с. <https://bizz.monolith.in.ua/download/harizma-fragment.pdf>
22. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2007. 608 с.
23. Шегда А. В. Менеджмент: Підручник. / А.В. Шегда. К.: Знання, 2004. 687с.
24. <https://cau.in.ua/291-kharizmatichna-lyudina.html>
25. <https://studfile.net/preview/7755850/page:5/>
26. <https://www.management.com.ua/hrm/hrm086.html>

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Практична частина

Завдання 1. Дебати : Вплив VS Влада.

Учасники обговорюють, що є основою керівництва (вплив і влада, формальні важелі) і лідерства (особисті якості, соціальна взаємодія, визнання компетентності).

Завдання 2. Зіставлення відмінностей.

Таблиця «Керівник vs Лідер»

Учасники в малих групах заповнюють порівняльну таблицю, використовуючи основні відмінності:

призначення (офіційне vs. стихійне),
права/обов'язки (закон vs. можуть не мати),
санкції (офіційно встановлені vs. не надані),
відповідальність (несе перед законом vs. не несе).

Дискусія 3: Обговорення інформації, представленої у виступах-презентаціях.

1. Трансакційний аналіз Е.Берна як спосіб комунікації (спілкування).
2. Статеві-гендерний аспект проблеми в менеджменті медіаорганізацій.
3. Сутність теорій «Х» та «У» Д. Мак-Грегора та теорії «Z» У. Оучі.

Рольова гра 4: Сценарії взаємодії.

Завдання: Групам пропонується розіграти або обговорити два сценарії взаємодії керівника та лідера (як різних осіб):

Сценарій А (Успішний): Лідер і керівник знаходять точки взаємодії на основі взаємоповаги.

Сценарій Б (Конфліктний): Лідер і керівник не знаходять спільних точок взаємодії. Обговорення: Який вплив Сценарій Б матиме на гармонізацію міжособистісних стосунків і успішність діяльності?

5. Тест «Перевірте, який ви керівник»

Керівники мають різні стилі керівництва й по-різному використовують їх у своїй діяльності. Давайте подивимося, наскільки успішні ви в реальній або гіпотетичній ролі керівника.

Відповідайте «так» або «ні».

1. Чи охоче Ви беретеся за управлінські завдання, що не мають типових схем рішення?
2. Чи важко Вам було відмовитися від тих прийомів керування, якими ви користувалися, працюючи на більш низькій посаді?
3. Чи довго Ви віддавали перевагу раніше очолюваному вами підрозділу, пішовши на підвищення?
4. Чи прагнете Ви до того, щоб вибрати універсальний стиль управління, що підходить для більшості ситуацій?
5. Чи вмієте Ви (в основному безпомилково) дати цілісну оцінку своїм підлеглим (керівникам нижчого рангу), кваліфікувавши їх як сильних, середніх або слабких керівників?
6. Чи легко Вам вийти за рамки особистих симпатій або антипатій у кадрових призначеннях?
7. Чи вважаєте Ви, що універсального стилю управління немає й потрібно вміти сполучати різні стилі залежно від специфікації управлінських ситуацій?
8. Чи вважаєте Ви, що Вам легше уникнути конфлікту з вищим керівництвом, ніж з підлеглими?
9. Чи хочеться Вам зламати стереотипи керування, що склалися в очолюваному вами підрозділі?
10. Чи часто виявляється правильним Ваше перше інтуїтивне враження про якість людини як керівника?
11. Чи часто Вам доводиться пояснювати невдачі в керуванні об'єктивними несприятливими факторами (відсутністю житла, перебоями в матеріально-технічній базі й т.ін.)?
12. Чи часто Ви відчуваєте, що для ефективної роботи бракує часу?
13. Чи вважаєте Ви, що якби мали можливість частіше бувати на об'єктах, то ефективність Вашого керівництва значно підвищилася б?

14. Чи надаєте Ви підлеглим Вам сильним керівникам значно більше повноважень і самостійності в рішенні питань, ніж слабким, хоча й ті, й інші мають той самий посадовий статус?

Ключ до тесту

Визначте кількість набраних вами балів по наступній таблиці

Питання	Так	Ні	Питання	Так	Ні
1	1	0	8	0	2
2	0	1	9	1	0
3	0	1	10	1	0
4	0	2	11	0	2
5	2	0	12	0	1
6	1	0	13	0	2
7	1	0	14	2	0

Максимально можлива кількість балів - 20.

Від 0 до 5.

По складу Ви більше фахівець, ніж керівник, і якщо з'явиться можливість перейти на таку посаду, як, наприклад, головний фахівець, головний інженер і т.д., не треба вагатися.

Від 6 до 10.

Не можна сказати, що Ви сильний керівник, але якщо в очолюваному Вами колективі справи йдуть непогано, то не допускайте корінних реорганізацій. Не потрібно також погоджуватися перейти в інший колектив. Вам належить більше прислухатися до думки колективу, більше приділяти увагу кадровим і перспективним питанням, ширше використати колективні форми ухвалення рішення, прагнути створити й розвивати традиції в колективі.

Від 11 до 15.

Ви належите до типу «керівника-організатора», умієте сконцентрувати сили на найбільш важливих проблемах. До них зараховуєте проблему ефективного підбору й розміщення кадрів, проблему розробки й узгодження оптимального (реально виконуваного) плану, проблему матеріально-технічного постачання. Ваша сила в тому, що Ви ніколи не йдете на поводу поточних справ, відокремлюєте головне від другорядного, умієте домогтися рішення принципових проблем, не зупиняєтеся перед конфліктами й стягненнями. справи в очолюваному Вами колективі, як правило, ідуть успішно. Вам можна дати одну пораду: не занедбуйте поточні справи. Передоручаючи їх заступникам, час від часу контролюйте виконання.

Від 16 до 20.

Ви можете вивести із кризи відстаючий підрозділ, але Вам важко працювати в одноманітному середовищі. Ви шукаєте гострих ситуацій, прагнете до перебудов і перетворень, орієнтовані на ділову кар'єру. Маючи необхідні управлінські здатності, не завжди успішно адаптуєтесь, тому що Вам заважають зайва категоричність в оцінках і судженнях, а також, можливо, зайва різкість у відношенні з вищими керівниками.

6. Тест. Опитувальник С. Бем (Діагностика маскулінності- фемінності)

Інструкція

Оцініть наявність (або відсутність) у себе названих нижче якостей. Можна відповідати тільки «так» чи «ні».

1. Віра в себе.
2. Уміння поступатися.
3. Здатність допомогти.
4. Схильність захищати свої погляди.
5. Життєрадісність.
6. Похмурість.
7. Незалежність.
8. Сором'язливість.

9. Совісність.
10. Атлетичність.
11. Ніжність.
12. Театральність.
13. Напористість.
14. Ласий на лестоці.
15. Успішність.
16. Сильна особистість.
17. Відданість.
18. Непередбачуваність.
19. Сила.
20. Жіночність.
21. Надійність.
22. Аналітичність.
23. Уміння співчувати.
24. Ревнивість.
25. Здатність до лідерства.
26. Турбота про людей.
27. Прямота, правдивість.
28. Схильність до ризику.
29. Розуміння інших.
30. Скритність.
31. Швидкість в ухваленні рішень.
32. Співчуття.
33. Щирість.
34. Самодостатність (здатність покладатися тільки на себе).
35. Здатність втішити.
36. Марнославство.
37. Владність.
38. Тихий голос.
39. Привабливість.
40. Мужність.
41. Тепло, сердечність.
42. Урочистість, важливість.
43. Власна позиція.
44. М'якість.
45. Уміння дружити.
46. Агресивність.
47. Довірливість.
48. Низька результативність.
49. Схильність вести за собою.
50. Інфантильність.
51. Адаптивність, пристосовність.
52. Індивідуалізм.
53. Нелюбов до лайок.
54. Несистематичність.
55. Дух змагання.
56. Любов до дітей.
57. Тактовність.
58. Амбіційність, честолюбство.
59. Спокій.
60. Традиційність, схильність умовностей.

Обробка опитувальника С. Бем

Ключ

Маскулінність (відповідь «так»):

1, 4, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 28, 31, 34, 37, 40, 43, 46, 49, 52, 55, 58.

Фемінінність (відповідь «так»):

2, 5, 8, 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29, 32, 35, 38, 41, 44, 47, 50, 53, 56, 59.

За кожен збіг з ключем нараховується 1 бал. Потім визначається показник фемінінності (F) і маскулінності (M) відповідно до формули:

$F = (\text{сума балів за фемінінності}): 20$

$M = (\text{сума балів за маскулінності}): 20$

Основний індекс IS визначається як $IS = (FM) 2,322$.

Якщо величина індексу полягає в межах від -1 до +1, це говорить про андрогінності. Якщо індекс менше -1, це говорить про маскулінності, індекс більше +1 - про фемінінності; у випадках, коли індекс більше +2,025, говорять про яскраво вираженою фемінінності, а якщо індекс менше -2,025 говорять про яскраво вираженою маскулінності.

Вправа 7. «Лідер - це ...»

Цілі:

- оволодіти активним стилем спілкування і розвинути в групі відносини партнерства;
- потренуватися у визначенні чітких і ясних ознак лідерської поведінки, усвідомленні лідерських якостей.

Розмір групи: значення не має.

Ресурси: аркуші ватмана, ножиці, клей, маркери, олівці, безліч рекламних проспектів, журналів, газет.

Тривалість: 30-45 хвилин.

Хід гри

Це завдання – відмінний «розігрів» групи перед тренінгом лідерства. Матеріали, які в ігровій формі представляють і обговорюють учасники, послужать орієнтиром для всього блоку занять. Можливо, тренер і група будуть повертатися до них не раз у ході зустрічей. Тому бажано використовувати великі листи, які легше зберегти протягом тривалого терміну.

Всім гравцям надаються різноманітні канцелярські матеріали, газети, журнали, рекламні проспекти. Протягом 30-40 хвилин вони готують (поодиночі або в парах) якийсь колаж з використанням газетних заголовків, фотографій, малюнків від руки або знайдених в рекламних виданнях, журналах, газетах.

Тема роботи: «Я – лідер!» У роботі потрібно спробувати у візуальній формі представити якості, які характеризують лідера, розповісти про свої здібності вести за собою людей, керувати ними. Поки група працює, в кімнаті звучить енергійна, ритмічна музика, яка створює робочий настрій, підтримуюча творчий настрій учасників.

Коли час на підготовку закінчено, музика стає тихішою – це знак учасникам почати прибирання робочих місць, звільнення кімнати від обрізків і сміття. У цей час тренер нумерує отримані від учасників анонімні листи і розвішує їх. Після того листи розвішені і місце звільнене для продовження роботи, починаємо «лідерський променад». Всі лідери прогулюються по кімнаті, на стінах якої закріплені скотчем рекламні постери, і роблять для себе помітки, хто є, на їхню думку, авторами побачених робіт.

Завершення: обговорення вправи.

Збираємося разом і обговорюємо побачене. Учасники зачитують свої думки про авторство робіт, розповідають, що їм здалося найбільш привабливим, яскравим в роботі товаришів.

На закінчення на дошці або фліп-чарті записуємо набір лідерських якостей.

Отже, лідер – це ...

Практичне заняття 4.2 (2 год).

Тема: Типологія та стилі управління: від диктатора до сучасного керівника

Мета: Ознайомлення з психологічною типологією керівників (за їхніми характерологічними властивостями) та засвоєння позитивних/негативних аспектів класичних стилів керівництва (Авторитарний, Демократичний, Ліберальний) для розвитку навичок ситуативного застосування стилів.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Психологічні типи керівників
2. Класичні стилі управління
3. Сформулювати вимоги до «Сучасного керівника».
4. Якими вміннями та навичками повинен володіти редакційний менеджер?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

- 1 Моделі менеджменту:
 - а) Японська модель менеджменту.
 - б) Американська модель менеджменту.
 - в) Європейська модель менеджменту
- 2 Успішність журналістського колективу: вплив стилю керівництва

Джерела інформації:

1. Адізес І. Ідеальний керівник. Чому ним неможливо стати. Пер. з англ. Софія Опацька. К.: Видавництво «Наш Формат», 2022. 288 с.
2. Адізес І. К. Стилi хорошого i поганого менеджменту К. : Наш Формат, 2020. 224 с.
3. Адізес І. Як подолати кризу управління / пер з англ В.Стельмах. Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. 272 с.
4. Гірняк О.М. Менеджмент: Підручник. / О.М.Гірняк, П.П. Лозановський. Львів: «Магнолія 2006», 2008. 292 с.
5. Декерс Л. Мотивація : Теорія и практика: расшир. курс. М.: ГроссМедиа, 2007. 640 с.
6. Дудкевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: навч. посібник. / Т.В. Дудкевич. К.:Центр навчальної літератури, 2005.– 456с.
7. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навчальний посібник. / Л.М. Карамушка К.: Міленіум, 2003. 320 с.
8. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: Підручник Вид. 2-ге, доп. виправ./ О. Є. Кузьмін. О. Г. Мельник – К.: Академвидав, 2007. 464 с.
9. Кулінич І.О. Психологія управління: Навч. посіб. / І.О. Кулінич. К.: Знання, 2008. 292с.
10. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: навч. посіб. / В.С. Лозниця. К.: ТОВ «УВПК»Екс Об», 2001. 515 с.
11. Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. К.: МАУП, 2009. 176 с.
12. Орбан-Лембрик Л.Є. Психологія управління: Посібник. / Л.Є. Орбан-Лембрик. К.: Академвидав, 2003. С.164 – 236.
13. Орбан-Лембрик Л.Є. Соціальна психологія: Навчальний посібник. / Л.Є. Орбан- Лембрик . К.: Академвидав, 2005. 448 с.
14. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / Г.В. Осовська. К.: «Кондор», 2003. 556 с.
15. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємства: Навч. посіб. Вид.3-тє випр. доп. / Ю.Ф. Пачковський. К.: Каравела, 2012. 416с.

16. Прищак М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. [2-ге вид., перероб. і доп.]. Вінниця, 2016. 150 с.
17. Саранулова Є.Г. Психологія управління: Навч. посіб. / Є.Г. Саранулова, П.С. Єщенко. К.: Університет «Україна», 2006. 144 с.
18. Стадник В.В. Менеджмент : Підручник. Вид 2-ге, випр., доп. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академвидав, 2007. 472 с.
19. Сухарський В.С. Менеджмент (загальний з основами спеціального). / В.С. Сухарський. Тернопіль:Астон, 2004. 528 с.
20. Феррацці Кейт, Ноель Вейріч, Кіан Гохар Конкуренція в новому світі праці. К.: Лабораторія, 2022. 232 с.
21. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2007. 608 с.
22. Шегда А. В. Менеджмент: Підручник. / А.В. Шегда. К.: Знання, 2004. 687с.
23. Юрков О.С. Психологія управління: курс лекцій для студентів денної і заочної форм навчання напряму підготовки 6.030103 «Практична психологія» / укладач О.С. Юрков. Мукачево: МДУ, 2017. 179 с.
24. <https://cau.in.ua/291-kharizmatichna-lyudina.html>
25. <https://studfile.net/preview/7755850/page:5/>
26. <https://www.management.com.ua/hrm/hrm086.html>

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни, а також тут наданою інформацією:

Особливості американської моделі управління

Американська модель менеджменту давно вже вивчається науковцями, адже саме в США вперше сформувалася наука і практика менеджменту.

Американський менеджмент увібрав в собі основи класичної школи, засновником якої є Анрі Файоль.

Американці Лютер Гьютік і Ліндал Урвік зробили багато для популяризації основних положень класичної школи. Класична школа вплинула на формування всіх інших напрямків в американській теорії управління. Перехід від екстенсивних до інтенсивних методів господарювання в 20-30-ті роки ХХ ст. зажадав пошуку нових форм управління. Поступово склалося розуміння того, що для виживання виробництва необхідно змінити відношення до положення робітника на підприємстві, виробити нові методи мотивації і співробітництва між робітниками і підприємцями. Сучасний американський менеджмент у такому виді, який склався в даний час, базується на трьох історичних передумовах:

- 1 наявність ринку;
- 2 індустріальний спосіб організації виробництва;
- 3 корпорація як основна форма підприємництва.

Американський економіст Роберт Хейлбронер указав на три основних історично сформованих підходи до розподілу ресурсів суспільства. Це - традиції, накази і ринок. Традиційний підхід має на увазі розподіл економічних ресурсів суспільства за допомогою сформованих традицій, від одного покоління до іншого. Командний підхід має на увазі розподіл ресурсів через накази. Ринковий підхід передбачає розподіл ресурсів за допомогою ринку, без якого будь-якого втручання суспільства. Цей підхід є найбільш ефективним.

Сучасна американська модель менеджменту орієнтована на таку організаційно-правову форму приватного підприємництва, як корпорація (акціонерне товариство), що виникла ще на початку ХІХ ст. Американські корпорації широко використовують у своїй діяльності стратегічне

управління. Це поняття було введено в побут на стику 60-70-х років ХХст., а у 80-ті роки охопило практично всі американські корпорації. Основою стратегічного управління є системний і ситуаційний аналіз зовнішнього (макрооточення і конкуренти) і внутрішнього (наукові дослідження і розробки, кадри та їхній потенціал, фінанси, організаційна культура й ін.) середовища.

Найважливішою складовою частиною планової роботи корпорації є стратегічне планування, що виникло в умовах насичення ринку й уповільнення росту ряду корпорацій. Стратегічне планування створює базу для прийняття ефективних управлінських рішень. Для зниження опору робітників організаційним змінам, що відбуваються в корпораціях, розробляються програми підвищення "якості трудового життя", за допомогою яких працівники корпорації залучаються до розробки стратегії її розвитку, обговорення питань раціоналізації виробництва, вирішення різноманітних зовнішніх і внутрішніх проблем. Американські вчені продовжують працювати над ефективним розв'язанням реальних проблеми менеджменту. Американська практика підбора керівників робить головний акцент на гарні організаторські здібності, а не на знання фахівця.

Особливості японської моделі управління

За останній час Японія зайняла лідируюче положення на світовому ринку. На її частку припадає більше половини загальної вартості акцій усіх країн світу. І це при тім, що населення Японії складає всього 2% від населення земної кулі.

Однієї з головних причин стрімкого успіху Японії є застосовувана нею модель менеджменту, орієнтована на людський фактор. При цьому японці розглядають не одну людину (особистість), як американці, а групу людей. Японці вище інших ставлять соціальні потреби (приналежність до соціальної групи, місце працівника в групі, увага і повага навколишніх). Тому і винагорода за працю (стимули) вони сприймають через призму соціальних потреб. На відміну від працівників інших країн, японці не прагнуть до безумовного виконання правил, інструкцій і обіцянок. З їхнього погляду, поведження менеджера і прийняття ним рішень цілком залежать від ситуації. Головне в управлінському процесі - це вивчення нюансів положення, ситуації, що склалася, адже це, дозволить менеджеру прийняти правильне рішення.

До розвитку в Японії капіталістичного способу виробництва їй була характерна зрівняльна винагорода за працю. Становлення машинного виробництва зажадало розробки системи мотивації праці з урахуванням сформованого прагнення працівників до зрівнялівки й особистого внеску кожного з них. Вихід був знайдений у розробці системи оплати праці працівників за вислугою років. Ще на початку 70-х років ХХ ст. віцепрезидент автомобільної компанії "Тойота" Т. Оно запропонував систему організації праці "Канбан". Суть її полягає в тому, що на всіх фазах виробничого процесу відмовилися від виробництва продукції великими партіями і створили безперервно-потокове виробництво.

Найсильнішим засобом мотивації в Японії є "корпоративний дух" фірми. В основі його лежить психологія групи, що ставить інтереси групи вище особистих інтересів окремих працівників. Центральне місце в оперативному управлінні японського менеджменту займає управління якістю. В усіх сферах японської економіки в даний час діють групи (гуртки) якості, у роботі яких, крім робітників, включаються майстри й інженери. Японська система управління якістю не дає збоїв. Це є результатом її продуманості і простоти.

Особливості європейської моделі управління

Помітний вплив на формування менеджменту зробили англійські дослідники. Так, англійці Р. Фелк і Л. Урвік займалися розробкою принципів управління. Англійські вчені зробили істотний вклад у розробку методу "дослідження операцій", що вперше зародився в Англії в 40-х роках ХХ ст., у зв'язку з необхідністю вирішення деяких військових стратегічних і тактичних задач. Надалі центр робіт перемістився в Америку.

У Франції питаннями наукового управління займалися Анрі Луї Ле Шательє Шарль Фремен-віль брати Андре й Едуард Мішлен. Неоціненний внесок у розуміння менеджменту як науки вніс Анрі Файоль.

Проблемами наукового управління виробництвом у Німеччині займався Вальтер Ратенау. Величезний внесок у дослідження принципів організації вніс відомий німецький соціолог Макс Вебер, що розробив "ідеальний тип" адміністративної організації, названий ним терміном "бюрократія". Особливої уваги заслуговують роботи з організації виробництва, що їх виконав Кароль Адамецький. Західнонімецькі теоретики школи "людських відносин" виступали за більш твердий підхід до управління персоналом, чим їхні колеги в США і Японії.

В Англії, Голландії, Норвегії, Швеції й інших країнах Заходу широко пророблялися також питання залучення працівників до "участі в управлінні".

Західноєвропейські учені вплинули на формування підходу до управління з позиції "соціальної людини". Цей підхід дозволяв вивчати поведінку людей з погляду впливу на них групового поведіння.

У 1929-1933 рр. передові капіталістичні країни охопила світова криза. У цей же період часу англійським ученим Дж. М. Кейнсом була сформульована концепція державного регулювання економіки. Кейнс обґрунтував необхідність державного втручання в економіку.

Великий вплив на розвиток усієї Європи в післявоєнні роки зробив німецький учений, політик, міністр економіки і канцлер Людвіг Ерхард. Під керівництвом Ерхарда Західна Німеччина створила економічне диво.

Концепція "соціального ринкового господарства" (за Ерхардом) містить у собі два основних положення: 9 посилення державного регулювання в усіх сферах господарювання; 9 введення індикативного планування, що прийшло на зміну директивному плануванню. Індикативне планування припускає встановлення планів і показників, досягнення яких є найбільш бажаним. Політика Ерхарда одержала підтримку всіх прошарків суспільства, а також вчених і практиків, що займалися питаннями управління. У сучасних умовах перебудови економіки на основі ринкових відносин одним із пріоритетних її напрямків є вироблення основних теоретичних і методологічних позицій з використання менеджменту в практичній діяльності українських організацій. Основною особливістю 22 управлінської думки стає пошук нових конкретних і реальних шляхів удосконалювання системи управління, вироблення позиції щодо різних проблем управління в ринкових умовах і на основі творчого осмислення передового закордонного досвіду.

Хотілося б відзначити, що в Україні високий рівень нестабільності зовнішнього середовища бізнесу виявляється незрівнянно сильніше, ніж у країнах з розвинутою економікою. Тому так важливо для вітчизняних менеджерів нове бачення управлінських проблем, їхнє вивчення і використання в практиці управління.

Останнім часом американські корпорації почали впроваджувати в себе нововведення, які привели японські фірми до значного успіху. Однак не всі методи управління, використовувані в Японії, приживаються на американській землі. Не можна переносити одну модель менеджменту в економіку іншої країни без врахування її специфічних умов і, насамперед, психологічних і соціально-культурних факторів.

Джерело: https://shron1.chtyvo.org.ua/Slobodianiuk_Anatolii/Psykholohiia_upravlinnia_ta_konfliktolohii_a.pdf?

Практична частина:

1. Аналіз психологічних типів. Кейс-аналіз «Хто є хто?»

Учасникам пропонуються короткі описи гіпотетичних керівників.

Завдання - ідентифікувати їхній психологічний тип:

- Диктатор: орієнтація на наглядно-командне управління.

- Патерналіст: властиві благодійність і піклування, прагнення пробудити інтерес до праці.
- Маклер: схильність до обману, необов'язковості, виконує споживацьку функцію, маніпулюючи цінами.
- «Лев» / «Лисиця»: прагнуть влади, сприймають колег як конкурентів/ворогів.

Прокоментуйте стилі керівництва нижченаведених осіб та їхній психологічний тип

№ 1. Керівник відділу Іван Іванович знає всіх своїх співробітників, їх життєві турботи і прагнення. Він завжди готовий піти назустріч їх особистим інтересам, крім тих, що зачіпають термін або зміст виробничих завдань. Слово «треба» діє на Івана Івановича магічно, не підлягає ніяким сумнівам і завжди виконується. При цьому він не йде на конфлікт з колегами – «м'яко стеле», за будь-яких обставин привітний та ввічливий, але ніколи не поступається своїми принципами і готовий покарати за помилку будь-кого з підлеглих. Підлеглі ставляться до Івана Івановича з підозрою та побоюванням: чи то він висловлює прохання, чи то доводить наказ? А дехто взагалі вважає Івана Івановича непослідовною, навіть малодушною людиною, яку і не поважають і не прагнуть зачіпати водночас.

№ 2. Петро Петрович не просто керівник лабораторії, він її «душа»! Саме завдяки зусиллям Петра Петровича між співробітниками налагоджені дружні стосунки, без дотримання субординації і суворого розподілу обов'язків – «один за всіх та всі за одного». Взагалі до формальностей, яких необхідно дотримуватися, Петро Петрович, а з ним і його підлеглі, ставляться вельми зневажливо, за що їм нерідко перепадає від керівництва. Проте це не надто засмучує Петра Петровича, оскільки головним для нього є дружня атмосфера в колективі. Будь-які виробничі успіхи та невдачі завжди розглядаються через призму їх людської значущості. Підлеглі люблять та цінують Петра Петровича, хоча й не всім подобається його нездатність організувати роботу, коли цього нагально вимагають жорсткі зовнішні обставини. Лабораторія частенько залишається без премії через недотримання термінів виконання завдань, але всі заздять її працівникам, оскільки у них існує такий чудовий мікроклімат.

№ 3. Сергій Сергійович – легендарний керівник. Про нього з захопленням розповідають історії, у яких він все брав на себе і діяв по-своєму навіть тоді, коли ні «зверху», ні «знизу», його ніхто не підтримував. Сергій Сергійович фанатично відданий справі, яка ним обрана, ні за ким не визнає права завадити її здійсненню. Всі важелі управління та влади він тримає у своїх руках, а його відсутність дуже дошкуляє стану справ. Співробітники, як правило, не розуміють ухвалених Сергієм Сергійовичем рішень і змушені покладатися лише на віру у те, що «раз уже сам Сергій Сергійович так вирішив...» Він буває жорстким та байдужим до людей, може несподівано для всіх перекреслити те, що ще вчора здавалося єдино правильним, ні в що не ставить субординацію, заведених порядків та правил для нього не існує. Його побоюються, але високий професіоналізм, компетенція, залізна воля та енергійність викликають повагу колег, яка, щоправда, більше схожа на ідолопоклонство, ніж на дружню симпатію.

№ 4. Віктор Вікторович всім відомий як енергійний твердий керівник. У його відділі залізна дисципліна, всі точно знають свої обов'язки, суворо дотримуються порядок, єдиного для всіх без винятку. Вказівки співробітників, які наділені великими повноваженнями, як і розпорядження керівництва, не обговорюються, а виконуються. За невиконання поставлених завдань неминуче настає покарання без врахування об'єктивних обставин та індивідуальних особливостей. Інтереси спільної справи завжди ставляться вище особистих. Сам Віктор Вікторович подає підлеглим зразок бездоганної старанності і навіть педантичності. Деяка консервативність робить його дії менш вдалим там, де необхідне творче рішення. В той же час і сам Віктор Вікторович, і його колектив спроможні виконати величезний обсяг робіт. Його відділ особливо надійний у ситуаціях, коли вимагається ліквідувати «прорив». За це вони нерідко отримують премії та винагороди. Однак у

відділі висока плінність кадрів, ініціативні працівники тут довго не затримуються. Підлеглі недолюблюють свого керівника, постійна загроза покарання робить моральну атмосферу вкрай напруженою.

2. Вправа: Симуляція «Рішення в кризовій ситуації»

Тема: Аналіз впливу різних стилів керівництва (Авторитарного, Демократичного, Ліберального) на прийняття рішень у медіа-кризі.

Час на виконання: 30 хвилин (10 хв. – читання та обговорення ситуації в групі; 15 хв. – прийняття рішення та його обґрунтування; 5 хв. – презентація).

Контекст ситуації: Ви – керівна команда успішного департаменту журналістських розслідувань великого українського медіахолдингу (наприклад, за моделлю команди «Суспільного мовлення»). Протягом трьох місяців ваша команда (до якої входять «Аналітик», «Творець» і «Доводчик» за Белбіним) працювала над резонансним розслідуванням про використання гуманітарної допомоги посадовими особами регіонального рівня. Матеріал готовий до публікації/ефіру, встановлений час виходу: **через 30 хвилин.**

Кризова ситуація (Статус-кво): За 30 хвилин до публікації ви отримуєте два критичні повідомлення:

1.Юридичний виклик (високий ризик): Адвокат одного з фігурантів розслідування надсилає офіційний лист із вимогою негайно зняти матеріал з ефіру, погрожуючи судовим позовом про наклеп та заявляючи, що один із ключових фінансових документів, на якому ґрунтується обвинувачення, є «сфабрикованим» і не підлягає верифікації. Хоча ваш «Аналітик» перевіряв документ, виникає висока **невизначеність** щодо подальших дій.

2. Безпековий виклик (психологічний тиск): Головний журналіст-розслідувач (фактичний лідер команди, «Творець») надсилає особисте повідомлення про те, що після отримання погроз він перебуває у стані сильного емоційного стресу і не готовий підтвердити свою готовність захищати матеріал в публічному просторі.

Завдання для груп:

Кожна група, діючи відповідно до призначеного вам стилю керівництва, має терміново прийняти та обґрунтувати одне з трьох можливих рішень:

- **Рішення 1:** Опублікувати матеріал негайно, ігноруючи погрози.
- **Рішення 2:** Негайно зняти матеріал з публікації, вимагаючи додаткової перевірки.
- **Рішення 3:** Частково змінити матеріал, виключивши спірний документ, і опублікувати решту.

Інструкції для кожної групи

Ваше завдання - вирішити проблему, суворо дотримуючись приписів вашого стилю.

Група 1: Авторитарний (Директивний) Стиль	Характеристика стилю: Жорсткий спосіб управління, недопущення ініціативи підлеглих. Керівник використовує наглядно-командне управління і фокусується на швидкому реагуванні в екстремальних ситуаціях
Процес прийняття рішення:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Керівник (одна особа) має вислухати короткий звіт про ситуацію (менше 3 хвилин). 2. Керівник повинен самостійно прийняти рішення (Рішення 1, 2 або 3) і віддати прямий, беззаперечний наказ підлеглим. 3. Підлегли не повинні активно обговорювати чи оскаржувати наказ. 4. Обґрунтування: Поясніть, як ваш стиль забезпечив найвищу дисципліну та мобільність у кризовій ситуації. (Зверніть увагу на потенційний негатив: погіршення клімату чи низьку ініціативу). 	

Група 2: Демократичний Стиль	Характеристика стилю: Базується на колегіальності прийняття рішень та врахуванні думок підлеглих. Передбачає передачу частини повноважень.
Процес прийняття рішення:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Керівник повинен представити проблему, а потім обов'язково вислухати пропозиції від кожного члена команди («Аналітика», «Творця» та інших). 2. Рішення приймається шляхом обговорення та пошуку компромісу (прагнення, яке може призвести до того, що рішення не буде оптимальним, а буде всіх влаштовувати). 3. Обґрунтування: Поясніть, яке спільне рішення було прийнято і чому Ви вірите, що спроможність підлеглих до самостійних рішень переважила можливий ризик невисокої мобільності в екстремальних умовах. 	

Група 3: Ліберальний (Номінальний) Стиль	Характеристика стилю: Керівник майже не втручається у справи, фактично керують підлегли , керівник – «своя людина». Стиль доречний, коли група здатна до самоорганізації та самоконтролю .
Процес прийняття рішення:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Керівник має оголосити, що команда складається з професіоналів, здатних до самоконтролю, і делегувати повну відповідальність за вирішення кризи групі. 2. Керівник може лише спостерігати або надавати мінімальну підтримку, але не давати прямих вказівок. 3. Команда (підлегли) самостійно приймає рішення і формулює план дій (якщо це Рішення 3, то хто саме і як швидко вносить правки?). 4. Обґрунтування: Поясніть, чому Ви обрали мінімальне втручання. (Зверніть увагу на можливі негативні наслідки: низьку дисципліну та відсутність реального впливу керівника). 	

Фінальна частина (Загальне обговорення):

Після презентації рішень обговоріть:

- Чому в умовах високої невизначеності та потреби швидкого реагування командна робота може виявитися неефективною, і який стиль може бути найбільш виправданим у медіа-кризі?
- Які елементи кожного стилю повинен використовувати Синтетичний (Комбінований) Керівник, щоб вийти з цієї ситуації з мінімальними репутаційними втратами? (Згадайте, що найбільш професійний керівник має навички застосування кожного з трьох стилів у конкретній ситуації).

3. Підготувати презентації про Моделі менеджменту

- а) Японська модель менеджменту.
- б) Американська модель менеджменту.
- в) Європейська модель менеджменту

Після перегляду презентацій **виконати вправи:**

Завдання 1. Прийнято вважати, що американська модель менеджменту характеризується яскраво вираженим індивідуалізмом при ухваленні менеджерами рішень, організації контролю, узятті відповідальності, розробці системи оплати праці.

Для багатьох американських менеджерів властивий підхід до людини як до робочої сили.

Матеріальний інтерес, жорстка конкуренція, перемога сильного над слабим – головні рушійні сили в погоні за прибутком. Традиційні взаємини американського менеджера і підлеглого можна охарактеризувати як авторитарні. Тут менеджер пригнічує свого підлеглого владою, нав'язує йому жорсткий стиль взаємин – однонаправлений. Проте серед сучасних американських менеджерів (перш за все молодих) дедалі популярнішими стають нові взаємини в колективі, за яких менеджер виступає більше в ролі колеги підлеглого. Він віддає перевагу діловим, людським відносинам із співробітниками.

Запитання.

1. Які зі взаємин (традиційні або нові) ефективніші в ділових колах?
2. Чи не знижується в очах підлеглих авторитет менеджера при використанні ним нових взаємин?
3. Як сумістити вимогливість до підлеглого та добрі з ним відносини?
4. У чому особливість взаємин між керівниками і підлеглими в Україні?

Завдання 2. Визначте, які властивості належать до японського, а які до американського менеджменту. Позначте їх відповідно літерами «А» і «Я»:

переважає колективна форма роботи;
 рішучість,
 агресивність;
 завзятість,
 висока продуктивність праці;
 прагнення до лідерства;
 індивідуалізм;
 довічний найм;
 емонстрація власних досягнень;
 часті збори,
 колективні заходи;
 перехід до мультидивізійних структур.

Практичне заняття 4.3. (2 год)

Тема: Код РАЕІ та харизма: майстерність інтеграції та впливу

Мета:

1. Засвоїти чотири ключові функції менеджменту за Адізесом (Р, А, Е, І) та їхній вплив на короткострокову та довгострокову ефективність організації.
2. Навчитися діагностувати моделі неправильного управління та пояснити необхідність взаємодоповнювальної команди.
3. Зрозуміти роль Інтегратора (І) як основну умову лідерства та розвивати харизматичні навички (Емоційний інтелект, Ораторське мистецтво, Впевненість у собі) для конструктивного управління конфліктами.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Теорія стилів управління І. Адізеса
2. П'ять завдань менеджменту
3. Чи існує ідеальний керівник?
4. Харизматичний лідер.
5. Охарактеризуйте рівні менеджменту в редакції газети.
6. У яких випадках звичайний кореспондент стає менеджером?
7. Невербальні засоби спілкування

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. П'ять типів харизматичного лідерства
2. Невербальні засоби спілкування.

Джерела інформації:

1. Адізес І. Ідеальний керівник. Чому ним неможливо стати. Пер. з англ. Софія Опацька. К.: Видавництво «Наш Формат», 2022. 288 с.
2. Адізес І. К. Стили хорошего и плохого менеджмента К. : Наш Формат, 2020. 224 с.
3. Адізес І. Як подолати кризу управління / пер з англ В.Стельмах. Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. 272 с.
4. Бандурка О.М. Професіоналізм і лідерство/ОМ Бандурка, СП Бочарова, ЕВ Землянська. Харків: «Титул», 2006. 578с.
5. Дудкевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: навч. посібник. / Т.В. Дудкевич. К.:Центр навчальної літератури, 2005.– 456с.
6. Макгрегор Д. Управление производством и потребности человека. AlterEgo. 2001. № 2. С. 37 – 46.
7. Макс-Клатчі С. Будь лідером: вирішуй, плануй, дій. Х.: Віват, 2020. 208 с.
8. Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. К.: МАУП, 2009. 176 с.
9. Орбан-Лембрик Л.Є. Психологія управління: Посібник. / Л.Є. Орбан-Лембрик. К.: Академвидав, 2003. С.164 – 236.
10. Орбан-Лембрик Л.Є. Соціальна психологія: Навчальний посібник. / Л.Є. Орбан- Лембрик . К.: Академвидав, 2005. 448 с.
11. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємства: Навч. посіб. Вид.3-тє випр. доп. / Ю.Ф. Пачковський. К.: Каравела, 2012. 416с.
12. Пиз А. Язык телодвижений : как читать мысли других людей по их жестам / Пиз А. СПб. : Изд. Дом Гутенберг, 2000. – 186 с.

13. Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання / Пер. з англ. Н. Лавськаої. К: Видавнича група КМ-БУКС, 2022. 416с.
14. Саранулова Є.Г. Психологія управління: Навч. посіб. / Є.Г. Сарнулова, П.С. Єщенко. К.: Університет «Україна», 2006. 144 с.
15. Стадник В.В. Менеджмент : Підручник. Вид 2-ге, випр., доп. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академвидав, 2007. 472 с.
16. в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с.
https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch_metod_d_t/Navch_metod_materiali/Zhurnalistika/Suchasniy_media_management.pdf
17. Феррацці Кейт, Ноель Вейрїч, Кіан Гохар Конкуренція в новому світі праці. К.: Лабораторія, 2022. 232 с.
18. Харизма лідера / Радислав Гандапас ; Пер. з рос. А. Стояновська. Д.: Моноліт, 2018. 296 с.
<https://bizz.monolith.in.ua/download/harizma-fragment.pdf>
19. <https://cau.in.ua/291-kharizmatichna-lyudina.html>
20. <https://studfile.net/preview/7755850/page:5/>
21. <https://www.management.com.ua/hrm/hrm086.html>

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Невербальні форми комунікації

Як відомо, існують вербальні і невербальні форми міжособистісної комунікації. У багатьох випадках більш важливо не те, що говорять, а як кажуть, тобто невербальна форма спілкування. Коли хтось позіхає і відвертається в момент розповіді керівника про нові великі ідеї, навряд чи хтось із членів групи або керівник повірить йому, якщо він скаже, що "ідея дуже цікава". Людина, поглядає на годинник, роздратована і, можливо, поспішає. Очі, обличчя і рухи тіла багато говорять нам про те, що люди думають і відчувають. Іноді можна помилитися в тлумаченні невербальних сигналів, тому що не завжди очевидно, що вони означають. Наприклад, погойдується нога може виражати занепокоєння, побоювання, розумове напруження, збудження або нудьгу. Але частіше люди правильно їх "читають" і бувають точні в своїх умовиводах.

Зовнішній вигляд людини є сильним поведінковим сигналом, що усвідомлює більшість людей, які шукають роботу. Деякі люди недовірливі до тих, хто носить краватки-метелики. Навіть автомобілі, які ми водимо, кажуть щось про нас: водії нових червоних автомобілів мають репутацію агресивних людей. Такі асоціації навряд чи мають під собою вагомі підстави, проте це не заважає їм впливати на нас. Іншою формою невербальної комунікації є спосіб використання простору. Дисципліна, яка вивчає це явище, називається "прокесміка" ("мова простору"). Кожен знає, що люди, які регулярно відвідують збори, бажають сидіти в певній частині кімнати, часто поруч або навпроти певних людей. Місце, де сидить людина, може

відображати його статус щодо оточуючих. Наприклад, люди сідають навпроти тих, кого вважають авторитетом, і поряд з тими, з ким підтримують неформальні зв'язки.

Можна зробити наступні рекомендації щодо вибудовування внутрішньо командних комунікацій:

- Необхідно організувати ефективну комунікаційну мережу, що відповідає цілям команди, завданню, ролі та відповідальності членів команди; ніж більш диференційована завдання команди і чіткіше розподілена відповідальність між її членами, тим менше потреба в замкнених неформальних комунікаційних мережах;

- Керівник повинен знати про існування неформальної комунікаційної мережі і бути її частиною, особливо якщо існує загроза для ефективної роботи команди; уважне спостереження за невербальними комунікаційними сигналами допоможе йому вчасно виявити непорозуміння або припинити передачу ненавмисних сигналів;

- Треба так організувати роботу, щоб цілі команди, ролі, розподіл відповідальності, намічені терміни і процедури команди були зрозумілі на усіх етапах розвитку команди.

Практична частина

1. Аналітична діагностика: Розпізнавання коду РАЕІ

Кейс-аналіз: Визначення управлінського стилю (Р, А, Е, І).

Мета: Навчитися діагностувати управлінські стилі, ідентифікувати відсутні функції (Р, А, Е, І) та пояснити, як це призводить до моделей неправильного менеджменту.

Детальний зміст завдання: Кейс «Синдром голого короля»

Ви – група зовнішніх консультантів, запрошених провідним українським онлайн-медіа для оцінки ефективності управління. Керівник медіа – відомий публічний діяч.

Опис організації та її провалів:

1. **Функція Р (Виробництво результатів):** Компанія щодня генерує великий обсяг новинного контенту та розслідувань, задовольняючи первинний запит аудиторії. Проте, якість матеріалів нестабільна, і багато проєктів залишаються незавершеними.

2. **Функція А (Адміністрування):** У компанії панує хаос. Відсутні чіткі дедлайни, фінансові звіти плутані, бюджет на розслідування постійно перевищується. Редактори не знають, у якій послідовності «робити правильні речі».

3. **Функція Е (Підприємництво):** Керівник-засновник є яскравим «провидцем», постійно генерує нові, інноваційні формати (нові подкасти, експериментальні відео). Він визначає «курс організації з урахуванням змін» у медіапросторі.

4. **Функція І (Інтеграція):** Рівень довіри та командна згуртованість вкрай низькі. Конфлікти між відділами (наприклад, між журналістами та бухгалтерією) виснажують колектив. Висока плинність кадрів, особливо серед досвідчених співробітників.

Питання для аналізу :

1. Оцініть рівень виконання кожної функції (Високий: Р, А, Е, І; Низький: р, а, е, і; або Відсутній: -).

2. Визначте модель неправильного менеджменту. Який код (наприклад, *rael*) найточніше описує цей стиль керівництва?

3. Сформулюйте управлінську проблему. Чи є така компанія результативною у короткостроковому аспекті? Чи є вона ефективною у довгостроковому аспекті?.
4. Поясніть, чому «взаємодоповнювальна команда» є необхідною. Які функції необхідно терміново підсилити, щоб уникнути колапсу?

2. Вправа: Роль інтегратора та харизми

Рольова гра: «Управління конфліктом у взаємодоповнювальній команді».

Мета: Продемонструвати, як Лідер-Інтегратор (I) використовує харизматичні навички та авторитет для перетворення неминучого деструктивного конфлікту на конструктивний.

Сценарій конфлікту «Бюджет vs. Майбутнє»

Студенти розподіляються на тріади: **Адміністратор (А)**, **Підприємець (Е)** та **Лідер-Інтегратор (І)**.

Контекст конфлікту: Керівництво щойно отримало додаткове фінансування на розвиток. Підприємець (Е) пропонує витратити ці гроші на купівлю дорогого обладнання (нові дрони) для створення революційного 3D-формату (Е прагне змін і ризикує). Адміністратор (А) категорично проти, оскільки це порушить річний бюджет, створить прецедент хаосу в документообігу та призведе до незапланованих витрат на страхування (А любить порядок і контроль).

Ролі та їхні завдання:

1. **Керівник А (Адміністратор):** Використовуйте суто логічну та регламентну мову. Ваша мета – заблокувати рішення Е доти, доки не буде надано детальний, перевірений «як» (процедура).
2. **Керівник Е (Підприємець):** Використовуйте емоційну та візіонерську мову. Ваша мета – продати «коли» (майбутній курс) та переконати, що ризик виправданий. Висловлюйте зневагу до бюрократичних затримок.
3. **Лідер І (Інтегратор):** Ваша задача - керувати цим конфліктом, **не стаючи на бік жодного з учасників.**

◦ **Етап 1 (Встановлення зв'язку):** Визнайте емоційний стан обох. Використовуйте **емоційний інтелект та емпатію**, щоб визнати їхній «біль» і важливість їхніх функцій для команди.

◦ **Етап 2 (Перенаправлення):** Переформулюйте їхні претензії з особистих на функціональні. Підкресліть, що їхні **розбіжності є неминучим і бажаним аспектом управління**, якщо їх спрямувати у **конструктивне русло**.

◦ **Етап 3 (Інтеграція):** Запропонуйте об'єднане рішення, що враховує і інновацію (Е), і порядок (А). Наприклад: «Ми закупимо обладнання (Е), але розіб'ємо витрати на 4 квартали та створимо новий регламент безпеки (А)». Підкресліть, що саме завдяки їхній спільній роботі (як великий палець, що працює з іншими) команда стане успішною.

3. Практикум: Розвиток харизматичних навичок

Діяльність: Воркшоп з ораторської майстерності та впевненості.

Мета: Набути практичних навичок у сфері емоційного інтелекту, ораторського мистецтва та впевненості у собі, які необхідні для ефективної комунікації та інтеграції.

Зміст завдання:

Завдання 1: Ораторські стратегії харизми

Студенти об'єднуються в пари.

Сценарій: Ваша медіакомпанія зазнала серйозної репутаційної невдачі (наприклад, гучне розслідування виявилось хибним, і його довелося знімати з ефіру). На команду тисне зовнішній світ, моральний дух впав.

Завдання: Складіть і презентуйте коротку (1 хвилина) мотиваційну промову до команди, використовуючи як мінімум **три вербальні стратегії** харизматичних особистостей:

1. **Метафора** (Спрощення мови, збудження емоцій).
2. **Історія** або **Поділ почуттів колективу** (Формування емоційного зв'язку).
3. **Контраст** (Для зосередження уваги на майбутньому, порівнюючи статус-кво з бажаною картиною).

Завдання 2: Впевненість та мова тіла

Мета: Підвищення впевненості в собі через невербальну складову та експансивні пози.

Процес:

1. Учасники протягом 1 хвилини займають «пози сили/могутності» (відкриті експансивні пози, прагнення зайняти простір), які, згідно з дослідженнями, забезпечують відчуття сили та знижують стрес.
2. Після цього кожен студент має повторити фразу, наприклад: «Ми не зазнали поразки, ми отримали пізнавальний досвід» (згадайте, що лідери ставляться до невдач як до пізнавального досвіду).
3. **Обговорення:** Які зміни у внутрішньому настрої відбулися завдяки зміні положення тіла?

Завдання 3: Практика емпатії

Мета: Прокачування емоційного інтелекту та емпатії, необхідних для *Інтегратора*.

Процес:

1. Один студент (Студент А) описує своє відчуття (наприклад, "Я відчуваю вигорання і не можу завершити цей проєкт до дедлайну, хоча дуже хочу").
2. Інший студент (Студент Б, Інтегратор) має усвідомлено реагувати. Його завдання - прислухатися до іншої людини та, використовуючи емпатію, вербалізувати його переживання, намагаючись настроїтися з ним на одну хвилю.
3. **Обговорення:** Чи вдалося Інтегратору створити емоційний зв'язок?

Завдання 4. Об'єднайтеся у команду 4-5 студентів, оберіть один з журналістських колективів та проаналізуйте стиль керівництва у ньому. Чи є лідер харизматичний? Підготуйте інформацію, як впливає стиль керівництва на результативність роботи колективу (**Мультимедійна презентація**).

Вправа 5. «Харизматична особистість»

Цілі: оволодіти активним стилем спілкування і розвинути в групі відносини партнерства; потренуватися у визначенні чітких ознак харизматичної поведінки, усвідомленні лідерських якостей.

Розмір групи: значення не має. Ресурси: не потрібні. Тривалість: 20-25 хвилин.

Хід гри

Харизма – це здатність людини притягувати і утримувати увагу інших людей, випромінювати енергію, яка сприяє прийняттю такої людини, відчуттю легкості і бажаності його присутності, приходимо до висновку, що харизматичний лідер наділений невловимим шармом, який забезпечує йому можливість впливу на людей. Харизматична людина впевнена в собі, але несамовпевнена, вона привітна, але не «солодка» і не улеслива, спілкування з нею приємне, до слів її хочеться прислухатися.

Як хочеться бути харизматичним! Що для цього зробити? Ну, по-перше, спробувати проаналізувати, як виглядає і як поводить себе харизматична особистість. По-друге, спробувати «налаштуватися на хвилю» харизматичного лідера, пошукати підказки в стилі її поведінки, в її жестах, міміці, манері вести розмову, триматися з іншими людьми.

Розбийтеся на групи по три-чотири людини. Перше завдання для кожної групи: поділитися своїми враженнями про зустрічі з харизматичною особистістю. Хто вона, ця особистість? У чому проявляється її харизма? Чого б ви хотіли і могли навчитися у неї?

Через 5-10 хвилин пропонуємо групам перейти до наступного етапу роботи: побудувати на основі розповідей живу скульптуру, яка відобразить зміст почутих історій. Даємо кожній групі можливість показати свою композицію іншим групам. Обговорюємо, як в безсловесній статичній композиції проявляється харизматичність особистості. Які елементи якостей характеру лідера ми можемо визначити візуально? Просимо учасників тренінгу дати яскраву і приємну назву скульптурі товаришів.

Завершення: Чи потрібно лідеру бути харизматичним? Як йшла робота в підгрупах? Які з історій, що були представлені товаришами, вам запам'яталися? Що ви могли б зробити, щоб стати харизматичною особистістю? Як можна навчитися цьому?

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПСИХОЛОГІЯ МЕДІАСПРИЙМАННЯ

ТЕМА 5: МАНІПУЛЯЦІЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ

Практичне заняття 5.1. (2 год)

Тема: Об'єктивні засади маніпулятивності, Agenda Setting (Інформаційний порядок денний) та механізм «Спіралі мовчання»., маніпулятивні техніки

Мета: Зрозуміти, як масмедіа, виконуючи функцію підтримки домінантної моделі світу, використовують добір, спрощення та інші об'єктивні чинники для створення контрольованого інформаційного простору та унеможливлення існування альтернативних думок.

Ключові концепції для опрацювання: Необхідність добору, Спрощення, Потреба в підказках, Інформаційний порядок денний, Спіраль мовчання, Страх ізоляції.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Які об'єктивні фактори створюють можливості для маніпулювання?
2. Яким чином інформаційний порядок денний дозволяє керувати масовою свідомістю?
3. У чому полягає спіраль мовчання Е. Ноель-Нойманн?
4. Які методи маніпуляцій застосовують у телевізійних політичних ток-шоу?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Феномен «Спіралі мовчання»: чому ми мовчимо, навіть якщо не згодні.
2. Фактчекінг візуального контенту. Виклики, пов'язані із соціальними мережами та ШІ
3. Маніпулятивні техніки в масмедіа: як нами грають інформаційно («Вікно Овертона», «Гнилий оселедець», 40/60
4. Різниця між переконанням, навіюванням і маніпуляцією

Джерела інформації:

1. Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. Видання друге перекладене, доповнене та перероблене / [В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.]; за заг. ред. В. В. Бедь, В. М. Петрика. К.: ПАТ «ВІПОЛ», 2018. 386 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с. (283)
3. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко– 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
4. Коваль А.Ш., Психологічні аспекти впливу засобів масової комунікації на свідомість громадян: безпека та збиток. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/6191/1/Koval.pdf>
5. Сенченко М.І., Сенченко О.М. Мас-медіа, піар, як засоби маніпуляції. Ліра-К. 2022, 200 с.
6. Гільде Сандвік, Йон Рісдаль, Як протидіяти маніпуляціям. Видавництво. 2021, 282 с.
7. <https://texty.org.ua/tag/dezinformatsija/>
8. <https://texty.org.ua/projects/113607/karusel-emocij-riven-manipulyatyvnosti-movy-ukrayinskyh-telehram-kanaliv/>
9. https://texty.org.ua/d/2023/youtube-recommendations/?src=read_next&from=113607
10. Маєр К, Журналістика: підручник / Маєр К.: пер. з нім. В.Климченка, В. Олійника / за загал. ред. В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300с.
11. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. Київ: Спадщина-

Інтеграл, 2012. 464 с.

12. Почепцов Г. Контроль над розумом. Київ: Видавничий дім «Києво- Могилянська академія», 2012. 350 с.

13. http://app.nuoua.od.ua/archive/70_2022/9.pdf

14. http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/28619/1/%D0%A1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BD%D0%B0_%D0%93._%D0%92._%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8..pdf

15. https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/3_2018/24.pdf

16. <https://www.youtube.com/watch?v=HcvdYlxNE1g> Спіраль мовчання

17. https://www.youtube.com/watch?v=RiqPgc_VbTo Вікно Овертона

18. <https://kremen.today/2023/08/17/telegram-kanal-truha-koryguvannya-vorozhogo-vognyu-fejky-ta-finansuvannya-rf/> технологія Гнилий оселедець

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Практична частина

1. Аналіз об'єктивних засад маніпулятивності.

Вправа: «Мільйон подій і десять новин».

Мета: Усвідомити, що маніпулятивність базується на об'єктивних засадах, які створюють розрив між дійсністю та її медіависвітленням.

Зміст завдання:

1. Розрив Дійсності (Необхідність Добору): Обговоріть факт: у світі відбуваються мільйони подій, але в новини можуть потрапити лише десять. Як редактори, ви маєте вирішити, що саме стане «інформаційною картинкою дня». Поясніть, чому цей процес добору є об'єктивною засадою маніпулятивності: те, що не потрапило в добір, про те «ми навіть не будемо здогадуватися».

2. Спрощення: Поясніть, чому Спрощення неминуче. Зі 100% характеристик події в новину потрапляє лише мала частина, оскільки «ми не можемо присвятити телевізійний день висвітленню однієї події».

3. Сила візуального потоку: Обговоріть, чому телебачення стало «замінником думання». Згадайте, що візуальна інформація має вищий рівень довіри, ніж вербальна, і довше зберігається в пам'яті. Обґрунтуйте, чому цей факт робить телебачення особливо привабливим для влади.

2. Дослідження Agenda Setting

Кейс-аналіз: Боротьба за порядок денний.

Мета: Проаналізувати механізм Інформаційного порядку денного як центрального поняття керування масовою свідомістю.

Зміст завдання:

1. Актуальність: Обґрунтуйте, чому Інформаційний порядок денний є ключовим: якщо події немає в цьому переліку, «то її немає в масовій свідомості».

2. Дії Влади VS Опозиція: Поясніть, чому дії влади завжди матимуть більше значення для населення (оскільки вони зачіпають його напряму).

3. Стимуляція Події: Обговоріть, чому як влада, так і опозиція «роблять події так, щоб журналісти не могли їх не помітити».

На прикладі вигаданого політичного скандалу запропонуйте дві креативні події, які мала б створити опозиція (якщо вона не має контролю над телеканалами), щоб стимулювати появу новини, яка б перебила або заблокувала увагу на діях влади.

3. Перегляд та обговорення кінофільму «Ботоферма»

<https://www.youtube.com/watch?v=HSKuM3APZD4> (4 серії)

4. Робота зі «Спіраллю мовчання»

Вправа: «Ботоферми та страх ізоляції».

Мета: Зрозуміти, як страх бути ізольованою змушує людину мовчати і сприяє культивуванню домінуючої думки.

Зміст завдання:

1. Передумови Мовчання: Назвіть три передумови теорії Ноель-Нойманн. Зосередьтеся на ключовій: чому люди воліють промовчати, коли відчувають, що їхні погляди непопулярні, і як це пов'язано зі страхом ізоляції.
2. Парадокс Інтернету: Обговоріть ПАРАДОКС: чому з появою Інтернету теорія порядку денного зникає і поступається теорії спіралі мовчання.
3. Роль Ботоферм: Проаналізуйте роботу ботоферм. Поясніть, як величезна кількість ботів, «нищачи критичні думки, перетворюючи їх на маргінальні», впливає на медіаповедінку користувача і змушує його «долучитися до спіралі мовчання».
4. Рецепт Журналіста: Запропонуйте єдиний рецепт протидії спіралі мовчання, який зазначений у джерелах: «не боятися бути собою і просто блокувати тих, хто вказує як треба думати».

5. Як відрізнити справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди

1. Як відрізнити справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди.

https://texty.org.ua/articles/85998/Jak_vidriznaty_spravzhni_novyny_vid_brehni_manipulacij-85998/

2. Маніпулятивні узагальнення, підміна фактів та джинса :

<https://sylpravdy.com/manipulyatyvni-uzagalnennya-pidmina-faktiv-ta-dzhynsa-dajdzhest-infocrime-lutsk/>

Практичне заняття 5.2. (2 год)

Тема: Програмування свідомості: наративи, фрейми та керування увагою

Мета: Навчитися ідентифікувати глибинні ментальні структури (фрейми), які формують «здоровий глузд», та аналізувати, як журналістський фреймінг (епізодичні vs. тематичні новини) впливає на приписування відповідальності, а також як держава використовує керування увагою.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Що таке наратив і як його використовують у політичній боротьбі?

Що таке фрейми і в чому їхня позитивна і негативна роль?

2. Які види новин запропонував Ш. Аєнгар і в чому різниця між ними?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Наративи та фрейми: як вибір слів і сюжетів формує сприйняття подій

Джерела інформації:

1. Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. Видання друге перекладене, доповнене та перероблене / [В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.]; за заг. ред. В. В. Бедь, В. М. Петрика. К.: ПАТ «ВППОЛ», 2018. 386 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с. (283)
3. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко– 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
4. Коваль А.Ш., Психологічні аспекти впливу засобів масової комунікації на свідомість громадян: безпека та збиток. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/6191/1/Koval.pdf>
5. Сенченко М.І., Сенченко О.М. Мас-медіа, піар, як засоби маніпуляції. Ліра-К. 2022, 200 с.
6. Гільде Сандвік, Йон Рісдаль, Як протидіяти маніпуляціям. Видавництво. 2021, 282 с.
7. <https://texty.org.ua/tag/dezinformatsija/>
8. <https://texty.org.ua/projects/113607/karusel-emocij-riven-manipulyatyvnosti-movy-ukrayinskyh-telehram-kanaliv/>
9. https://texty.org.ua/d/2023/youtube-recommendations/?src=read_next&from=113607
10. Маєр К, Журналістика: підручник / Маєр К.: пер. з нім. В.Климченка, В. Олійника / за загал. ред. В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300с.
11. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. Київ: Спадщина-Інтеграл, 2012. 464 с.
12. Почепцов Г. Контроль над розумом. Київ: Видавничий дім «Києво- Могилянська академія», 2012. 350 с.
13. http://app.nuoua.od.ua/archive/70_2022/9.pdf
14. http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/28619/1/%D0%A1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BD%D0%B0_%D0%93._%D0%92._%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8..pdf
15. https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/3_2018/24.pdf
16. <https://www.youtube.com/watch?v=HcvdYlxNE1g> Спіраль мовчання
17. https://www.youtube.com/watch?v=RiqPgc_VbTo Вікно Овертона
18. <https://kremen.today/2023/08/17/telegram-kanal-truha-koryguvannya-vorozhogo-vognyu-fejky-ta-finansuvannya-rf/> технологія Гнилий оселедець

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Практична частина

1. Аналіз фреймів та наративів

Вправа: «Зміна парадигми: Війна з Терором».

Мета: Навчитися ідентифікувати фрейми як «особливі ментальні структури, які допомагають нам розуміти світ» та аналізувати силу наративів як системної картини світу.

Зміст завдання:

1. Сила Фрейму: Проаналізуйте приклад Дж. Лакоффа з «війною з терором». Поясніть, чому зміна назви події (фрейма) впливає на її сприйняття (наприклад, чому «війну з терором» можна вести вічно, а «окупацію» - ні).
2. Ефект Бар'єру: Поясніть, чому наратив створює ефект «бар'єру». Що відбувається з текстами, які не відповідають домінантному наративу? Чому «немає потреби в цензурі будь-якого виду», якщо суспільство прийняло певний наратив?

3. Мобілізаційний Наратив: Розберіть загальний наратив революційних змін: «Є поганий король (президент), якого треба замінити на молодого принца (кандидата)». Яку роль у ньому відіграє напруга, створена наративом, для стимулювання фізичних дій (революції, виборів)?

2. Техніка Фреймінгу новин (Аєнгар)

Порівняльний аналіз: Епізодичний VS Тематичний.

Мета: Зрозуміти, як фреймінг новин впливає на приписування відповідальності та чому телебаченню вигідний епізодичний формат.

Зміст завдання:

Студенти діляться на дві групи для підготовки короткого викладу однієї й тієї самої проблеми.

Проблема: Високий рівень безробіття серед молоді у регіоні.

1. Група А (Епізодичний формат): Складіть новину, яка розповідає про конкретну ситуацію (наприклад, історія однієї талановитої людини, яка втратила роботу через особисту помилку або намагання вбивства). Новина має давати гарну картинку.

2. Група Б (Тематичний формат): Складіть новину, яка ставить проблему у загальніший контекст (наприклад, згадування про урядові витрати, необхідність реформування системи освіти). Новина має бути більш аналітичною (зображає «голови, що говорять» – експертів).

3. Обговорення (Приписування відповідальності): Який формат, згідно з Аєнгаром, приписує індивідуальну відповідальність (жертвам або злочинцям), а який – суспільну відповідальність?. Зробіть висновок, чому домінування епізодичних новин на екрані збігається з домінуванням індивідуалізму.

3. Техніки перемикування уваги

Вправа: «Закриття невігідної події».

Мета: Проаналізувати механізми керування увагою та перемикування масової свідомості, які використовуються для приховування потрібної інформації.

Зміст завдання:

Сценарій: Влада втягнута у гучний корупційний скандал, що вимагає негайного «закриття» цієї невігідної події.

1. Перемикування на іншу подію (Стимуляція): Запропонуйте, яку нову, вигіднішу подію можна стимулювати (створити), щоб прискорити перехід уваги до неї та заблокувати скандал?. (Наприклад, різке загострення на кордоні чи гучний арешт незначної фігури, який можна подати як велику перемогу). Обґрунтуйте свій вибір, посилаючись на принцип, що «керування увагою стало головним засобом керування масовою свідомістю».

2. Системне перемикування (Розважальний Потік): Проаналізуйте, як актуальний гумор (наприклад, передачі на кшталт «95-кварталу») може бути використаний як системне перемикування масової свідомості. Чому саме розважальний потік цікавий для держави, якщо «молодь відійшла від теленовин»? Поясніть, як гумор, імплементуючи потрібну модель світу, дозволяє повідомленню однаково потрапити в масову свідомість.

5. Обговорення

- Чому «самі собою факти не зроблять вас вільними, вони мають сенс лише в контексті»?
- Чи має значення, що «мозок 98 % своїх дій виконує поза нашою свідомістю», і як це уможливило те, що зміни «проходять непоміченими і не викликають спротиву»?

Практичне заняття 5.3. (2 год)

Тема: Психологія натовпу

Мета: вивчити як утворюється натовп (причини), типи натовпів, структура натовпу, зміна поведінки індивіда, якщо він у натовпі (причини та наслідки); плітки та чутки – їх виникнення та поширення, журналіст у натовпі.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Поняття про натовп. Прояви індивіда у натовпі.
2. Чутки, паніка, робота журналіста у натовпі
3. Правила поведінки журналіста у натовпі.
4. Ознаки паніки натовпу.
5. Чутки та плітки: чому виникають та як розрізнити?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Паніка, чутки, істерія: як працює масова свідомість у кризових ситуаціях
2. Психологія натовпу: чому ми втрачаємо себе серед інших.
3. Журналіст у натовпі: виклики, етика і психологічна безпека.
4. Особливості трансформації психіки людини в натовпі.

Джерела інформації:

- 1 Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. Видання друге перекладене, доповнене та перероблене / [В. М. Петрик, В. В. Бедь, М. М. Присяжнюк та ін.]; за заг. ред. В. В. Бедь, В. М. Петрика. К.: ПАТ «ВПОЛ», 2018. 386 с.
- 2 Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.Є. Кальба. Тернопіль : Навчальна книга - Богдан, 2012. 208 с.
- 3 Психологія мас : конспект лекцій / укладачі: П. І. Сахно, К. С. Сахно. Суми : Сумський державний університет, 2022. 116 с.
- 4 Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с. (283)
- 5 Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко– 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
- 6 <https://texty.org.ua/tag/dezinformatsija/>
- 7 <https://texty.org.ua/projects/113607/karusel-emocij-riven-manipulyatyvnosti-movy-ukrayinskyh-telehram-kanaliv/>
- 8 https://texty.org.ua/d/2023/youtube-recommendations/?src=read_next&from=113607
- 9 Маєр К, Журналістика: підручник / Маєр К.: пер. з нім. В.Климченка, В. Олійника / за загал. ред. В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300с.
- 10 Почепцов Г. Контроль над розумом. Київ: Видавничий дім «Києво- Могилянська академія», 2012. 350 с.
- 11 http://app.nuoua.od.ua/archive/70_2022/9.pdf
- 12 http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/28619/1/%D0%A1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BAi%D0%BD%D0%B0_%D0%93._%D0%92._%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8..pdf
- 13 <https://mind.ua/publications/20178761-5-ted-vistupiv-yaki-dopomozhut-vdalo-provesti-peregovori>

- 14 https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/3_2018/24.pdf
- 15 <https://www.ar25.org/article/zhurnalistiv-vchyly-vykorystovuvaty-tehniky-boyovoyi-specpropagandy-yaki-i-sogodni-uspishno>
- 16 <https://ungvar.uz.ua/2020/03/10/informatsijna-ahresiiia/> <https://zib.com.ua/ua/print/151037.html>

Методичні вказівки

Теоретична частина

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Практична частина

1. Прослухати та обговорити виступи студентів з мультимедійними презентаціями по зазначених темах.

2. Переглянути відео. Обговорити поведінку у натовпі. Скласти загальну пам'ятку основних правил поведінки у натовпі.

1. Як поводитися у натовпі

<https://www.youtube.com/watch?v=cyssCaPnzFA>

2. Правила поведінки у натовпі

https://www.youtube.com/watch?v=ep_p1m6BfKg

3. Як поводитися в натовпі під час надзвичайної ситуації? Пояснює голова спілки парамедиків Ярослав Вус

<https://www.youtube.com/watch?v=wKWcJ8iOtuk>

4. Як правильно й безпечно поводитися в натовпі

<https://armyinform.com.ua/2022/02/20/yak-pravylny-j-bezpechno-povodytysya-v-natovpi/>

3. Як журналісту працювати у натовпі?

Скласти пам'ятку основних правил поведінки журналіста у натовпі.

<https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2025/06/zhurnalist-i-nebezpeka.pdf>

<https://www.youtube.com/watch?v=ocQbwfP4dSE>

Тема 6: ПСИХОЛОГІЯ КОНФЛІКТУ та ЖУРНАЛІСТИКА

Практичне заняття 6.1. (2 год)

Тема: Структура конфлікту, його психологічні причини та типи. Відмінність між справжніми та ілюзорними причинами.

Мета: Навчити студентів розрізняти різні типи конфліктів та визначати їхні глибинні причини, зокрема психологічні, щоб уникнути висвітлення на підставі хибних уявлень та стереотипів.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Дайте визначення понять "конфлікт", "конфліктна ситуація".
2. Які сфери виникнення конфлікту?.
3. Типи конфліктів (А, Б, В)
4. Що таке конфліктоген та його приклади?

5. Проаналізуйте позитивні і негативні функції конфлікту.
6. Яка різниця між конфліктною ситуацією та інцидентом?
7. У чому полягає суть динаміки конфлікту?
8. Яку ситуацію називають передконфліктною?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Конфліктні типи особистості й стилі поведінки в конфлікті
2. Транзакційний аналіз у психології конфлікту
3. Конфлікт: упередження, дискримінація, стереотип

Джерела інформації:

1. Ложкін Г. В., Пов'якель Н. І. Психологія конфлікту: теорія і сучасна практика: Навчальний посібник. К.:ВД «Професіонал», 2006. 416 с.
2. Пірен М. І. Конфліктологія: Підручник. К., 2003. 360 с.
3. Прищак, М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. [2-ге вид., перероб. і доп.]. Вінниця, 2016. 150 с.
4. Партико Н.В. Психологія конфліктів. Л.: Львівська політехніка, 2019. 190 с.
5. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навч. посібник. К., 2004. 172 с.
6. Яхно Т.П., Куревіна І.О. Конфліктологія та теорія переговорів: Навчальний посібник. ЦУЛ, 2021. 168

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з курсу цієї дисципліни.

Теоретична частина

Поняття і основні види конфлікту

Наука трактує поняття конфлікту різними формулюваннями, але в цілому, все зводиться до одного - це **протиріччя**, вирішення якого набуло гострої форми. Через що це так відбувається? Факторів насправді багато, умовно їх можна розділити на 2 категорії:

Зовнішні: соціальна поляризація, економічна і політична ситуація в країні, посилення соціального розшарування, напружена атмосфера в суспільстві і т.п.;

Внутрішні: обґрунтовані (фінансові, організаційні моменти) і необґрунтовані (психологічний фактор, особиста неприязнь).

Конфлікти в розрізі організації (4 основні види):

Конфлікт всередині людини.

Такі є абсолютно у кожного. Полягають в невирішеному протиріччі самим собою на психологічному рівні. Згодом вони так чи інакше транслюються на інших людей виникає другий вид конфлікту.

Міжособистісний. Періодичне виникнення протиріч між людьми неминуче. Але далеко не всі вони переростають в конфлікт. Для цього потрібен додатковий фактор з числа тих, що були перераховані вище.

Конфлікт між групою і людиною. «Зі своїм статутом у чужий монастир не ходять». Ця стародавня приказка точно відображає суть такого протистояння.

Найчастіше протиріччя виникають через небажання людини підкорятися правилам і принципам, за якими живе група. По суті це конфлікт між прагненням особистості до індивідуальності і феноменом колективістського мислення.

Конфлікт між групами. Зазвичай виникає між структурними підрозділами організації. Причина - нерівномірний розподіл сфер впливу і ресурсів. Однак буває і так, що в одному відділі формується дві (або більше) неформальних груп, які мають протиріччя в інтересах. Чималу роль в цьому відіграє і тип комунікації, який використовує компанія.

Психологічний аналіз конфлікту:

Часто конфлікт виникає через досить загальні, неконкретні уявлення про людину, її інтереси, особистісні риси, характер, здібності.

Виявлено також, що великий вплив на сприймання й оцінення людини людиною має (не завжди усвідомлена) думка людини про те, яким чином взаємозв'язані у людей їхні окремі психічні властивості. Виявивши у суб'єкта якусь рису чи властивість «Х», ми робимо висновок про те, що йому належить й інша риса «У» (так звана логічна помилка, або **імпліцитна теорія особистості**). Хоча така система сприймання є глибоко помилковою, вона дуже поширена і має значний вплив на наші оцінки і взаємини. У процесі трудової взаємодії під час визначення цілей інтерес, поведінку і поступки інших людей з цієї причини трактують неправильно, що і призводить до конфліктів.

Неадекватність «імпліцитної теорії особистості» може стати джерелом конфліктів з так званими ілюзорними причинами. Вони виникають тоді, коли у випадках неправильного уявлення про людину ми, аналізуючи її поступки, неправильно їх пояснюємо для себе і «приписуємо» цій людині неправильні мотиви поведінки, хоча реально ця людина визначала свою поведінку цілком іншими мотивами. Такі помилкові висновки можливі на підсвідомому рівні і будуються на вищезазначеній теорії особистості, яка охоплює і зв'язки між різними структурами особистості, і зв'язки між різними рисами характеру, і зв'язки між окремими сторонами особистості та вчинками.

Велике значення під час сприймання іншої людини має установка про неї, вироблена перед знайомством.

Основний механізм, описаний у джерелах, що схожий на роботу фреймів (установок, які формують сприйняття), полягає у викривленні уявлень про людину чи ситуацію:

1. Вплив початкової установки (Фреймування): Значний вплив на сприймання й оцінку людини має установка про неї, вироблена перед знайомством. Класичний експеримент показав, що якщо одній групі студентів повідомити, що на фотографії вчений, а іншій – що злочинець, то опис однієї і тієї ж особистості кардинально відрізнятиметься: «вчений» буде описаний як наполегливий, розумний, цілеспрямований, а «злочинець» – як жорстокий, впертий, із загрозливим поглядом. Ця «установка», що надається медіа або поширюється в суспільстві, може стати основою для формування громадської свідомості щодо певних осіб чи груп.

2. Створення стереотипів та «штампів»: До конфліктів призводить спрощене уявлення про людину та вироблення штампів, еталонів, стереотипів особистості, що ігнорують індивідуальність. Типовим прикладом є поділ співробітників на «добрих»

і «поганих». Якщо медіа використовують такі штампи, вони сприяють створенню викривленої (неадекватної) «імпліцитної теорії особистості», коли виявлення однієї риси автоматично «приписує» людині іншу, навіть якщо це помилково.

3. Ілюзорні причини конфліктів: Помилкове уявлення про людину (сформоване, наприклад, через стереотипи) може призвести до конфліктів з так званими ілюзорними причинами. При неправильному аналізі вчинків, людині «приписують» неправильні мотиви поведінки, хоча її реальні мотиви були цілком іншими. У медійному просторі це може виглядати як створення хибного наративу про мотиви дій сторони конфлікту.

Вплив на поведінку та загострення конфліктів

Медіа, які не дотримуються стандартів, можуть посилювати конфліктне протистояння, що безпосередньо впливає на суспільну поведінку:

1. Загострення через необ'єктивність: Конфліктний заголовок більш привабливий для читача, що може спонукати медіа до постійного акцентування на протистоянні.

2. Поширення мови ворожнечі (Наратив ворожнечі): ЗМІ активно починають цитувати соціальні мережі, де мова ворожнечі завжди була присутня більшою мірою. Це легалізує та поширює агресивні наративи. У випадках, коли під дискримінаційними постами з'являються агресивні коментарі, медіа, не реагуючи на них, фактично сприяють дискримінації, а не свободі слова.

3. Зниження довіри: Коли медіа подають інформаційну картинку, яка відрізняється від реальності, яку населення бачить навколо себе (особливо в східних областях), рівень довіри населення до українських медіа є критично низьким. Це може призводити до ігнорування або відкидання інформації, що подається центральними ЗМІ.

Шляхи уникнення маніпуляцій (Етичне фреймування)

Медіа можуть протидіяти маніпулятивному впливу, беручи на себе роль медіаторів та дотримуючись професійних стандартів:

- Медіація замість ретрансляції: Журналістам важливо виступати медіаторами конфлікту, а не ретрансляторами. Це означає контактувати з усіма сторонами, щоб не ставати на чийсь бік, що підвищує авторитет медіа.

- Дотримання професійних стандартів: Журналіст повинен залишатися поза конфліктом. Головними професійними стандартами є достовірність та неупередженість. У зоні бойових дій та масових заворушень необхідно дуже ретельно перевіряти інформацію, а головна мета – передавати факти та інформацію, уникаючи оцінок та власних суджень.

- Забезпечення повноти інформації: Журналіст має запитувати у другої сторони конфлікту, оскільки її позиція також має бути представлена у ЗМІ.

Таким чином, навіть ненавмисне відхилення від неупередженості, використання емоційного забарвлення або поширення стереотипних «установок» у ЗМІ (що є суттю медіаманіпуляцій, фреймів та негативних наративів) має прямий вплив на громадську свідомість, формуючи викривлене сприйняття ситуації та сприяючи загостренню конфліктної поведінки.

Практична частина

1. Діагностика причин і типів конфлікту

Кейс-завдання:

Уявіть ситуацію: Двоє дизайнерів працюють над однією рекламною кампанією, але мають діаметрально протилежні точки зору щодо способу її подачі («сміливий та креативний» проти «традиційний та перевірений»).

Практичне завдання:

1. Визначте тип цього конфлікту за сферою, що зачеплена (наприклад, міжособистісний, міжгруповий, внутрішньоособистісний).
2. Класифікуйте конфлікт за зачепленими потребами: це когнікативний конфлікт (конфлікт поглядів) чи конфлікт інтересів (через порушені інтереси)? Обґрунтуйте свою відповідь.
3. Визначте головну, глибинну причину цієї суперечки, а також її зовнішній привід, і поясніть, чому їх важливо розрізняти.

2. Ілюзорні причини та стереотипи (Аналіз фреймів)

Кейс-завдання:

У відділі почастишали міжособистісні конфлікти. Один співробітник (Іван) постійно критикує іншого (Петра), вважаючи його «нехлюєм» і «безвідповідальним». Ця думка сформувалася після того, як Іван побачив, що Петро один раз прийшов на роботу неохайним. З цієї причини Іван «приписує» Петру неправильні мотиви поведінки - вважає, що Петро не допомагає з проектом через лінь, хоча насправді Петро зайнятий важливим терміновим завданням керівництва.

Практичне завдання:

1. Визначте, який психологічний механізм призвів до неправильного сприймання Петра Іваном. Згадайте концепцію, коли виявлення однієї риси («Х») призводить до висновку про наявність іншої риси («У»).
2. Поясніть, як у цій ситуації проявилася «неадекватність імпліцитної теорії особистості», і чому це є джерелом конфлікту з «ілюзорними причинами».
3. Обговоріть, як «установка про неї [людину], вироблена перед знайомством», впливає на сприйняття (на прикладі класичного експерименту «вчений/злочинець»).

3. Домінуючі стратегії конфліктного поведіння (метафоричний варіант)

Призначення. Використання діагностичного матеріалу у формі метафор (приказки, усталені істини) націлене на зниження стереотипів, самоідеалізації, квазівідповідей. Дана методика орієнтована на виявлення найбільш розповсюджених стратегій у конфліктних ситуаціях: стратегію досягнення егоцентричних (особистих) цілей і стратегію збереження сприятливих міжособистісних стосунків. За співвідношенням цих двох стратегій у даній методиці виділено п'ять метафоричних стратегій.

Інструкція. Зараз Вам буде дано незвичайне завдання. Воно полягає в оцінці ступеня використання запропонованих приказок у своїй поведінковій практиці. У ході роботи слід дотримуватися правила: не існує поганих або гарних відповідей, а існують реальні, найбільш уживані в тих або інших життєвих ситуаціях.

Дотримуючись цього правила, уважно прочитайте усі твердження і за 5 - бальною шкалою визначте, якою мірою кожне з них найбільше типове для Вашої поведінки. У бланку відповідей поруч з номером питання поставте один з п'яти балів: 1 – зовсім нетипове; 2 – рідко; 3 – іноді; 4 – часто; 5 – досить типове. Порядок заповнення зліва направо.

Таблиця 6.1

Бланк відповідей

I	II	III	IV	V
1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
Разом:	Разом:	Разом:	Разом:	Разом:

Опитувальник

1. Поганий мир краще доброї сварки.
2. Якщо Ви не можете змусити іншого зробити так, як Ви хочете, змусьте його робити так, як Ви думаєте.
3. М'яко стелить, але жорстко спати.
4. Рука руку миє.
5. Один розум добре, а два краще.
6. З двох сперечальників розумніший той, хто першим замовчить.
7. Хто сильніший, той і правий.
8. Не підмажеш – не поїдеш.
9. З паршивої вівці хоч вовни жмут.
10. Правда те, що мудрий знає, а не те, про що усі балакають.
11. Хто вдарить й утече, той зможе битися і наступного дня.
12. Слово «перемога» чітко написане тільки на спинах ворогів.
13. Убивай ворогів своєю добротою.
14. Чесний мир не викликає сварки.
15. Ні в кого немає повної відповіді, але в кожного є, що додати.
16. Тримайся подалі від людей, що не згодні з тобою.
17. Бій виграє той, хто вірить у перемогу.
18. Добре слово не потребує витрат, а цінується дорого.
19. Ти - мені, я - тобі.
20. Тільки той, хто відмовиться від своєї монополії на істину, зможе одержати користь з істин, якими володіють інші.
21. Хто сперечається - ні гроша не вартий.
22. Хто не відступає, той примушує до втечі.

23. Ласкаве телятко двох маток ссе, а вперте – жодної.
24. Хто дарує, друзів має.
25. Винось турботи на світ і тримай з іншими раду.
26. Кращий спосіб вирішувати конфлікти - уникати їх.
27. Сім разів відміряй, один раз відріж.
28. Лагідність тріумфує над гнівом.
29. Краще синиця в руках, ніж журавель у небі.
30. Щиросердність, чесність і довіра зрушують гори.
31. На світі немає нічого, що було б варте суперечки.
32. У цьому світі є тільки дві породи людей - переможці і переможені
33. Якщо в тебе жбурнули камінь, кинь у відповідь шматок вати.
34. Взаємні поступки прекрасно вирішують справи.
35. Копай і копай без втоми - і докопашся до істини.

Обробка й інтерпретація даних

Підраховується кількість балів у кожному з п'яти стовпчиків.

Найбільша кількість балів у тому або іншому стовпчику свідчить про прихильність досліджуваного до тієї або іншої стратегії в конфліктних ситуаціях. Якщо в якихось колонках спостерігається однакова кількість балів, то це свідчить про рівнозначність використання двох стратегій.

За співвідношенням двох домінуючих цілей, що відбивають спрямованість «на себе» і «взаємодію з іншими людьми», виділені такі метафоричні стратегії конфліктного поводження:

Тип I. «*Черепаха*» – стратегія уникання, ховання під панцир, тобто відмова як від досягнення особистих цілей, так і від орієнтації на сприятливі взаємини з оточуючими.

Тип II. «*Акула*» – силова стратегія, конкуренція. Для прихильників цієї стратегії цілі дуже важливі, взаємини – ні. Їм неважливо, чи люблять їх. Вони вважають, що конфлікти вирішуються лише виграшем однієї з сторін і програшем другої.

Тип III. «*Ведмежа*» – стратегія пристосування, згладжування гострих кутів. Взаємини важливі, цілі – ні. Такі люди хочуть, щоб їх сприймали. любили, заради чого жертвують цілями.

Тип IV. «*Лисиця*» – стратегія компромісу. Помірковано важливі і цілі, і взаємини; такі люди готові відмовитися від деяких цілей, щоб зберегти взаємини.

Тип V. «*Сова*» – стратегія відкритої і чесної конфронтації та співробітництва. Цінують і цілі, і взаємини. Відкрито визначають свої позиції, прагнуть знайти рішення, що задовольняють всіх учасників.

4. Шість золотих правил.

Психологи рекомендують у вільний час виконувати *шість золотих правил*, які допомагають зберегти багато нервових клітин.

1. Принцип «Помри, але доконай свого» в сучасному житті не спрацьовує. Тому слід навчитися йти на поступки - своєчасно промовчати, поступитися. Це не значить миритися з несправедливістю. Тут важливо вміти відокремити головне від другорядного.

2. Нейтралізуйте агресію. Постарайтеся бути до неї готовим, усвідомлюючи, що цілком можливі різні інтриги, і що їх можуть плести навіть Ваші співробітники. Старайтеся не відплачувати такою ж монетою. Навіть, коли на Вашу адресу прозвучали відкриті образи чи погрози, не відповідайте ударом на удар. Якщо приймете бій, Ваша нервова система піддається сильному стресові, й адреналінова буря в крові виснажить Вас. Загасіть миттєве бажання відповісти агресією на агресію, виждіть. Це дасть змогу все обдумати і прийняти розумне рішення. А основне - припиніть спілкування, й у кривдника не буде підстав далі Вас ображати.

3. Не старайтеся боротися з нерозумною впертою людиною. Таких нікому ще не вдалося переконати і переробити. То чи варто витрачати час і нерви? Якщо ж ви все-таки станете доводити комусь, що він не має рації, то набудете ще одного ворога. Навчіться дивитися правді в очі: хіба можна переконати запеклого курця в тому, якої шкоди він завдає собі й оточенню, чи вічного

песиміста в необхідності втішатися життям? Будьте поблажливі, вибачливі, милосердні й не добивайтесь істини за будь-яку ціну. А якщо чийсь звички, манери чи переконання для Вас нестерпні, таку людину краще обминути.

4. Дотримуйтеся поклику свого серця. Ви не зобов'язані жити, як усі. Потрібно обов'язково шукати для себе «пару», якщо Ви за характером «самотній вовк». І на роботі, і в особистому житті успіх не буває вічним. Рано чи пізно вам надокучить докладати зусиль щоб зберегти досягнуте. І тоді все розсиплеться, як картковий будиночок.

5. Не вступайте в нерівні дебати. На роботі, вдома, на подвір'ї чи вулиці будуйте свої стосунки за таким же принципом. І тоді Вас не мучитиме образа за те, що програли.

6. Уникайте знайомих, стосунки з якими вам завдають більше клопоту, ніж задоволення. Є знайомі, які перекладають на інших свої турботи. Постарайтесь спілкуватися з людьми, близькими за своїми інтересами, вподобаннями, нахилами, стилем роботи і поглядами на життя. У стосунках з родичами також обминайте гострі кути, не нав'язуйте їм своїх поглядів. А коли відсутнє духовне спілкування, переконайте себе в необхідності ставитися до родичів нейтрально. Пам'ятайте заповідь: не судіть і не судимі будете. Не піддавайтесь спокусі вказувати іншим на помилки і промахи. Виступати в ролі судді приємно і просто, але щоб утриматися від напущення чи нотації, докладіть деяких зусиль і будете винагороджені. Настане час, і люди оцінять Вашу терплячість та здоровий глузд.

Психологи вважають, що виконання цих нескладних правил вбереже Вас від стресу.

5. Виконайте вправи, які сприятимуть безконфліктному спілкуванню.

Вправа "Усмішка". Слід домогтися того, щоб звичайним виглядом Вашого обличчя стала тепла доброзичлива усмішка. Якщо її немає, то виробляйте готовність до неї. Внутрішня усмішка повинна бути завжди при доброзичливій особистості.

Вправа "Мир тобі". Перша внутрішня фраза (установка) при зустрічі з будь-якою людиною повинна бути: "Мир тобі!" Виходячи вранці з дому, не забувайте, що ці слова мають бути зверненням до неба, пташок, дерев!

Вправа "Оцінка себе". Частіше слід бути оцінюваним, ніж оцінюючим. Не бути байдужим до того, чи затишно оточуючим поряд з Вами. Майте цю думку "при собі".

Вправа "Приємна розмова". Якщо запитання було неприємне, все одно зробіть розмову приємною. Правий співрозмовник чи ні, зробіть так, щоб йому з Вами було приємно вести розмову. Підвищуйте себе в своїх думках та в очах співрозмовника.

Вправа "Комплімент і подяка". Використайте будь-яку можливість, щоб сказати людині приємність. Все, що вам в людині сподобалось, проявіть очима, усмішкою, словами. Наприклад: "Ви прекрасно виглядаєте!". "Від душі дякую, це просто похвально!" Головне, щоб це було сказано, проявлено від душі.

Вправа "Громовиця відмінюється". Вчіться стримувати свої негативні емоції... Не сваріться! Будьте терпимі.

Вправа "Мудрець". Навчайтесь мудрості, спогляданню життя та вмінню програвати. Ваш програш - Ваш новий досвід і можливість взяти з нього урок. Знайти у себе мужність запитати подумки: "Як би до цього віднісся мудрець?" У вчинках має переважати розважливість.

6. Дидактичний текст : якщо сваритися, то за правилами, або 20 способів уникнути скандалу

1. Перш ніж відповісти на аргументи протилежної сторони, спробуйте 7 (не 6 і не 8) разів прикусити собі кінчик язика. Спеціалісти зауважили, що це допомагає людині не «вибухнути» сильним роздратуванням.
2. Розмовляйте зі своїм опонентом спокійно, але твердим голосом, без накручування і нагнітання емоцій. Не допомагайте розгорітися конфліктові.
3. Не розмовляйте з дорослою людиною, як із дитиною, навіть тоді, коли вона поводить себе по-дитячому.
4. Якщо «ініціатор» вияснення стосунків Ви, то чітко висловлюйте свої претензії, наведіть зрозумілі Вашому партнерові аргументи спокійним тоном. Спробуйте запропонувати конкретні

- способи вирішення проблеми, але дайте змогу своєму опоненту висловити і свою точку зору на цю ситуацію.
5. Уважно вислуховуйте, що Вам скаже «протилежна сторона», якою вона не була б Вам осоружна.
 6. Старайтеся не узагальнювати. Ніколи не варто казати: «Ти завжди так робиш» або «Ти і колись так робив», якщо без цих слів можна обійтися. Краще старого не згадувати.
 7. Будьте акуратні зі словами. Не тільки з лайливими, але й із викривальними. Вони можуть боляче поранити не тільки Вашого «партнера» по сварці, але і серця Ваших дітей, які чують Вашу розмову.
 8. Ніколи не в'ясняйте стосунків у присутності третьої особи. Уявність свідка створює тільки нову дискомфортну ситуацію, загострює злобу і посилює бажання перемоги над протилежною стороною в будь-який спосіб.
 9. Постарайтеся відмовитися від докорів і миттєвих суджень, принижуючи особистість Вашого противника.
 10. Старайтеся обмінятися репліками, а не колючими словами. Сарказм і зла іронія гірші від прямої чесною атакою.
 11. Якщо вдасться, спробуйте відразу ж в'яснити, у чому Вас звинувачують. Але не робіть відразу ж категоричних заяв.
 12. Пам'ятайте, що зневажливе ставлення до аргументів протилежної сторони може викликати бурю негативних емоцій і навіть агресивний стан.
 13. Якщо дозволить ситуація, спробуйте сказати щось на кшталт «Ми поговоримо про це, коли ти перестанеш на мене кричати».
 14. Якщо в приміщенні, де Ви з'ясуєте стосунки, Вас щось дратує, спробуйте змінити обстановку - запропонуйте перейти до іншої кімнати чи до кухні.
 15. Не пробуйте повертатися спиною до того, з ким розмовляєте - він може щедужче образитися. Не виходьте, нічого не сказавши, в іншу кімнату або з квартири.
 16. Не зазіхайте на особистий простір опонента - не підходьте до нього дуже близько.
 17. Не розмахуйте руками біля обличчя суперника.
 18. Постарайтесь обійтися без погроз, особливо, коли з'ясуєте стосунки з людиною в нетверезому стані.
 19. Якщо протилежна сторона в цей момент дуже Вам огидна, спробуйте захищатися за ширму внутрішньої усмішки, внутрішньої іронії. І взагалі не забувайте, що гумор убиває злість. Тому під час сварки спробуйте подивитися на все іншими очима, без демонстративних посмішок чи в'їдливого і дошкульного сміху, що тільки розпалює конфлікт.
 20. Старайтеся сприйняти ситуацію віддалік, немовби спостерігаючи за виступом артиста.

Практичне заняття № 6.2. (2 год)

Тема: Вирішення конфліктів

Мета: Формувати розуміння особливостей розвитку та стратегій вирішення конфліктів.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Охарактеризуйте стилі поведінки в конфлікті за К. Томасом та Р. Кілменом.
2. Проаналізуйте структурні методи управління конфліктами.
3. Назвіть головні міжособистісні способи вирішення конфлікту.
4. Охарактеризуйте стиль конкуренції як один зі способів вирішення конфлікту.
5. Дайте характеристику стилю уникнення і стилю пристосування.
6. Проаналізуйте стиль співпраці як один з оптимальних способів вирішення конфлікту.

7. Охарактеризуйте стиль компромісу та вкажіть типові випадки, в яких цей стиль є найефективнішим.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Особливості висвітлення конфлікту журналістами.
2. Стилi поведінки в конфлікті.

Джерела інформації:

1. Бути медіатором, а не ретранслятором: <https://nsju.org/navchannya/buty-mediatorom-a-ne-retranslyatorom-yak-vysvitlyuvaty-konflikty-u-media/> 2020
2. Висвітлення конфлікту в українських медіа: установки, практики, пошук рішень (результати дослідження). – Режим доступу http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/visvitlennya_konfliktu_v_ukrainskikh_media_ustanovki_praktiki_poshuk_rishen_rezultati_doslidzhennya/ 2016
3. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів. Харків-Київ, 2006. 320 с.
4. Духніч О. Читанка до сесії з особливостей висвітлення конфлікту журналістами / Духніч Ольга. Режим доступу : www.mediaschool.org.ua/uploads/Dukhnich.doc.
5. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. К. : ВАІТЕ, 2016. 118 с <https://www.osce.org/files/f/documents/9/3/254531.pdf>
6. Ложкін Г. В., Пов'якель Н. І. Психологія конфлікту: теорія і сучасна практика: Навчальний посібник. К.:ВД «Професіонал», 2006. 416 с.
7. Під час висвітлення подій в Україні медіа мають забезпечити баланс між суспільним інтересом та приватністю постраждалих <https://dc.org.ua/news/pid-chas-vysvitlennya-podiy-v-ukrayini-media-mayut-zabezpechyty-balans-mizh-suspilnym-interesom-ta-pryvatnistyu-postrazhdalyyh>
8. Пірен М. І. Конфліктологія: Підручник. К., 2003. 360 с.
9. Прищак, М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. [2-ге вид., перероб. і доп.]. Вінниця, 2016. 150 с.
10. Партико Н.В. Психологія конфліктів. Л.: Львівська політехніка, 2019. 190 с.
11. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навч. посібник. К., 2004. 172 с.
12. Яхно Т.П., Куревіна І.О. Конфліктологія та теорія переговорів: Навчальний посібник. ЦУЛ, 2021. 168

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, поданий нижче, а також зазначений у списку літератури, та скористатися конспектом лекцій з дисципліни.

5 основних стратегій вирішення конфлікту

Американський психолог Кеннет Томас виділив **п'ять основних підходів** до вирішення конфліктної ситуації: суперництво, компроміс, співробітництво, вихід, пристосування.

Суперництво. Головна мета - нав'язати свою точку зору, вигідне для себе рішення іншою стороною. Застосовується в тому випадку, якщо ваше рішення є конструктивним і несе в собі користь для колективу, організації. Або ж тоді, коли просто немає часу, щоб домовлятися.

Компроміс. Обидві сторони йдуть на поступки один одному, частково відмовляючись від своїх умов і претензій. Підходить для ситуації, коли опоненти знаходяться в рівних умовах, коли допустимо прийняття тимчасового рішення або є небезпека втратити все.

Пристосування. Відмова від своїх вимог у вимушеній або добровільній формі. Часто це відбувається через те, що одна зі сторін усвідомлює свою неправоту, хоче зберегти хороші відносини з опонентом або просто через несерйозність суперечки. Змусити прийняти таке рішення може усвідомлення неминучості поразки або втручання третьої сторони.

Відступ. Уникнення конфлікту, спроба вийти з нього при мінімальних втратах. Правда в результаті протистояння ніяк не вирішується. У кращому випадку - воно просто згасне. У гіршому - претензії будуть накопичуватися в прихованому режимі і потім виплеснутися в ще більш сильний конфлікт.

Співробітництво. Найбільш ефективний метод вирішення конфліктної ситуації. Полягає в конструктивному розборі проблеми, відношення до іншої сторони не як до суперника, а як до колеги. Спільний пошук кращого рішення. Згідно зі статистикою, приблизно **30%** конфліктів між керівником і підлеглим закінчуються компромісом, **15%** – пристосуванням (в основному з боку підлеглого) і лише **1-2%** – співпрацею. У зв'язку з тим, що частіше правий саме керівник, ефективно працює стратегія суперництва. У такому випадку працівник розуміє свої помилки і намагається їх виправити.

При виборі стратегії вирішення конфлікту, варто керуватися наступними принципами:

- **Відокремлення особистого ставлення до людини від проблеми.** Для цього просто уявіть себе на місці опонента в ситуації, що склалася. На дайте суб'єктивним враженням вплинути на рішення;
- **Пріоритетним має бути інтерес, а не позиція.** Частіше задавайте питання «Чому?», «Чому ні?». Вислухайте пояснення інтересів другої сторони, аргументуйте свої;
- **Пошук взаємовигідних варіантів.** Необхідно враховувати не тільки свої претензії, а й претензії опонента, намагаючись знайти зручне рішення;
- **Максимально об'єктивна оцінка ситуації.** Вислухайте аргументи іншої сторони, але не піддавайтеся тиску і емоціям. Оцінюючи ситуацію використовуйте об'єктивні, справедливі критерії.

Якими можуть бути наслідки конфлікту

Насправді конфлікт – це **не завжди погано**. Якщо він був вирішений правильно, то наслідки можуть бути дуже конструктивними. Наприклад, в результаті аналізу причин спору можуть бути поліпшені умови праці. Також, в процес вирішення можуть залучитися співробітники, які зазвичай проявляли пасивність, це зможе їх трохи розворушити. Після подолання важкої ситуації колектив стане більш згуртованим і дружним.

Однак наслідки можуть бути і **негативними**. Серйозний конфлікт може спричинити анархічні процеси, в результаті чого персоналом буде важче керувати. До того ж, затяжні суперечки відволікають працівників, заважаючи їм виконувати свої обов'язки. Якщо для вирішення конфлікту була обрана стратегія ігнорування або виключення, то між сторонами продовжиться зростання неприязні і ворожості.

Практична частина

1. Визначення типового індивідуального стилю розв'язання конфліктних ситуацій

Слово “конфлікт” походить від латинського *conflictus* – зіткнення. Майже в такому вигляді воно входить і в інші мови (*conflict* – англійська, *conflikt* – німецька, *conflit* – французька, конфлікт – українська та ін.).

Поняття конфлікту сьогодні не належить якійсь одній певній галузі знань (науки) чи практики. Це соціальний феномен, який проникає в усі сфери людського соціуму, тому його й почали вивчати фахівці різних галузей науки.

XXI століття вимагає від особистості глибоких фахових, інформаційних знань, інноваційного хисту, знання нових технологій, вияву таких чеснот, як духовність і патріотизм. У цій динаміці людського поступу до сталого розвитку суспільства особистість завжди заходить у конфлікт із власним «Я» та суспільним «Ми». Таке світобачення й життєтворчість потребують неординарного погляду, глибоких аналітичних роздумів, здатності відходити від стереотипів минулого, йти на ризик, утверджувати підвалини людяного, цивілізованого співжиття. Все це може стати реальністю, якщо ми виховаємо творчу особистість, здатну усвідомити, що життєвих успіхів можна досягти завдяки старанності, працьовитості, духовності, моральності.

Уникнути конфліктів та їхніх наслідків неможливо, тому й постала потреба ознайомитися з їхньою суттю, динамікою, досвідом вирішення, прогнозування та запобігання. Зокрема визначити вираженість у поведінці людини тих чи інших стратегій вирішення конфліктних ситуацій допомагає опитувальник К. Томаса.

Стратегії вирішення конфліктів (методика К. Томаса)

Хід виконання:

1. Підготуйте бланк до методики (табл. 6. 2).
2. Перед Вами 30 пар суджень. З кожної пари Вам пропонується вибрати те судження, яке є найбільш прийнятним для Вас в конфліктних ситуаціях. Якщо деякі судження повторюються, це означає, що дається можливість вибрати прийнятне для Вас судження саме з цієї пари, навіть якщо Ви побачите в ньому повторення.

Опитувальник

1. А. Іноді я надаю можливість іншим взяти на себе відповідальність за вирішення спірного питання.
Б. Замість того, щоб обговорювати те, в чому ми не можемо дійти згоди, я намагаюсь звернути увагу на те, з чим ми обидва згодні.
2. А. Я намагаюсь знайти компромісне рішення.
Б. Я намагаюсь уладнати справу з урахуванням усіх інтересів іншої сторони і власних.
3. А. Зазвичай я наполегливо прагну домогтися свого.
Б. Я намагаюсь заспокоїти іншого і головним чином зберігати наші стосунки.
4. А. Я намагаюсь знайти компромісне рішення.
Б. Іноді я жертвую своїми власними інтересами заради інтересів іншого.

- 5.А.Влагоджуючи спірну ситуацію, я весь час намагаюсь знайти підтримку віншої сторони.
Б.Я намагаюсь зробити все, щоб уникнути недоречної напруженості.
- 6.А.Я намагаюсь уникнути виникнення неприємностей для себе.
Б.Я намагаюсь домогтися свого.
- 7.А.Я намагаюсь відкласти вирішення спірного питання для того, щоб з часом вирішити його остаточно.
Б.Я вважаю за можливе в чомусь поступитися, щоб досягти свого в іншому.
- 8.А.Звичайно, я наполегливо прагну домогтися свого.
Б.В першу чергу, я намагаюсь чітко визначити те, з чого складаються всізгадані питання та інтереси.
- 9.А.Вважаю, що не завжди треба хвилюватися через якісь розбіжності, що виникли.
Б.Я вживаю заходи і зусилля, щоб домогтися свого.
- 10.А.Я твердо намагаюсь досягти свого.
Б.Я намагаюсь знайти компромісне рішення.
- 11.А.Насамперед я намагаюсь чітко визначити те, з чого складаються усі не враховані інтереси і питання.
Б.Я намагаюсь заспокоїти іншого і, головним чином, зберегти наші стосунки.
- 12.А.Часто я уникаю займати позицію, яка може викликати дискусію.
Б.Я даю можливість іншому в чомусь залишитися при своїй думці, якщо вінтакож враховує мої інтереси.
- 13.А.Я пропоную середню позицію.
Б.Я наполягаю, щоб все було зроблено так, як я хочу.
- 14.А.Я викладаю іншому свою точку зору і питаю про його погляди.
Б.Я намагаюсь показати іншому логічність і переваги своїх поглядів.
- 5.А. Я намагаюсь заспокоїти іншого і зберегти наші стосунки.
Б.Я намагаюсь зробити все необхідне, щоб уникнути напруження.
- 16.А.Я намагаюсь не зачепити почуттів іншого.
Б.Я намагаюсь переконати іншого в перевагах моєї позиції.
- 17.А.Зазвичай я наполегливо намагаюсь досягти свого.
Б.Я намагаюсь зробити все, щоб уникнути зайвої напруженості.
- 18.А. Якщо це зробить іншого щасливим, я дам йому можливість настояти на своєму.
Б.Я даю можливість іншому в чомусь залишитись на своїй позиції, якщо вінтакож іде мені назустріч.
- 19.А. Насамперед я намагаюсь чітко визначити те, з чого складаються всі невраховані інтереси і спірні питання.
Б.Я намагаюсь відкласти вирішення спірного питання для того, щоб з часом вирішити його остаточно.
20. А.Я намагаюсь негайно подолати наші розбіжності.
Б.Я намагаюсь знайти найкраще поєднання втрат і користі для нас обох.
- 21.А.Проводячи переговори, я намагаюсь бути уважним до бажань іншого.
Б.Я завжди схильюсь до прямого обговорення проблеми.
- 22.А.Я намагаюсь знайти позицію, яка знаходиться посередині між моєю позицією і

точкою зору іншої людини.

Б.Я відстоюю свої бажання.

23. А. Як правило, я турбуюсь про те, щоб задовольнити бажання кожного знає.

Б. Іноді я надаю можливість іншим взяти на себе відповідальність за вирішення спірного питання.

24. А. Якщо позиція іншого здається йому дуже важливою, я подбаю про те, щоб піти назустріч його бажанням.

Б. Я намагаюсь переконати іншого піти на компроміс.

25. А. Я намагаюсь показати іншому логічність і переваги моїх поглядів. Б. Ведучи переговори, я намагаюсь бути уважним до побажань іншого.

26. А. Я пропоную середню позицію.

Б. Я майже завжди турбуюсь про те, щоб задовольнити бажання кожного знає.

27. А. Часто я уникаю займати позицію, яка може викликати дискусію.

Б. Якщо це зробить іншого щасливим, я дам йому можливість наполягти на своєму.

28. А. Звичайно, я наполегливо прагну домогтися свого.

Б. Уладнуючи ситуацію, я звичайно намагаюсь знайти підтримку в іншого.

29. А. Я пропоную середню позицію.

Б. Думаю, що не завжди треба хвилюватися через будь-які розбіжності, що виникають.

30. А. Я намагаюсь не зачепити почуттів іншого.

Б. Я завжди займаю таку позицію в спірному питанні, щоб ми разом з іншою зацікавленою людиною могли досягти успіху.

Режим доступу : https://www.eztests.xyz/tests/social_thomas/

Таблиця 6.2

БЛАНК ДО МЕТОДИКИ К. ТОМАСА

№ пари суджень	Обраний варіант		№ пари суджень	Обраний варіант	
	А	Б		А	Б
1.			16.		
2.			17.		
3.			18.		
4.			19.		
5.			20.		
6.			21.		
7.			22.		
8.			23.		
9.			24.		
10.			25.		
11.			26.		
12.			27.		
13.			28.		
14.			29.		
15.			30.		

3. Відповіді співвідносяться з «ключем» (табл. 6.3). Кожна відповідь оцінюється в 1 бал. Надалі підраховується кількість балів, що відповідає кожному стилю. Найбільша сума балів характеризує переважаючу тенденцію до прояву певного стилю поведінки в конфліктних ситуаціях. Наприклад, якщо Ви набрали найбільшу суму в колонці «співробітництво», то це означає, що найчастіше при вирішенні конфліктів Ви надаєте перевагу стилю співробітництва. Але суми по інших колонках теж враховуються – визначається весь комплекс стилів, притаманних даній людині (стиль, який майже не застосовується – це теж важлива інформація).

Таблиця 6.3

КЛЮЧ ДО МЕТОДИКИ К. ТОМАСА

№ п/п	Суперни- цтво	Співробітни- цтво	Компроміс	Уникання(Ухилення)	Пристаосуван- ня
1.				А	В
2.		В	А		
3.	А				В
4.			А		В
5.		А		В	
6.	В			А	
7.			В	А	
8.	А	В			
9.	В			А	
10.	А		В		
11.		А			В
12.			В	А	
13.	В		А		
14.	В	А			
15.				В	А
16.	В				А
17.	А			В	
18.			В		А
19.		А		В	
20.		А	В		
21.		В			А
22.	В		А		
23.		А		В	
24.			В		А
25.	А				В
26.		В	А		
27.				А	В
28.	А	В			
29.			А	В	
30.		В			А

Кодекс поведінки в конфлікті *Форми критики* Миронова О. М. Конфліктологія : навчальний посібник / О. М. Миронова, О.В. Мазоренко. Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. С 78.-82 Режим доступу <http://surl.li/btzsc>

2. Кейс-завдання:

Трудовий колектив (Сторона А) вимагає підвищення зарплати на 30% (їхня позиція/вимога). Керівництво (Сторона Б) відмовляє, посилаючись на відсутність коштів.

Практичне завдання:

1. Визначте та розмежуйте:

а) Позицію Сторони А;

б) Їхні приховані інтереси (чого вони хочуть насправді);

в) Їхні основні потреби (що насправді їм потрібно). (Наприклад, інтересом може бути забезпечення дітей навчанням, потребою – фінансова безпека).

2. Обговоріть, чому в цій ситуації «стиль співпраці» є «найкращим способом вирішення конфліктів», порівняно з «компромісом».

3. Розділіть «людину та проблему» (наприклад, не критикувати керівника за «жадібність», а шукати спільне рішення проблеми фінансів) і запропонуйте приклад конструктивної «спільної точки зору», з якої сторони можуть розпочати співпрацю.

3. Протидія дискримінації та мові ворожнечі

Кейс-завдання:

На офіційній сторінці регіонального медіа у Facebook опубліковано матеріал про соціальну ініціативу, спрямовану на підтримку ЛГБТ-спільноти. У коментарях з'являється багато агресивних, дискримінаційних висловлювань та мови ворожнечі, спрямованих проти цієї групи.

Практичне завдання:

1. Розробіть алгоритм дій журналіста/адміністратора сторінки щодо цих коментарів, враховуючи, що «не реагувати на такі висловлювання не можна, бо це – не свобода слова, а таки дискримінація».

2. Обговоріть, чому мова ворожнечі становить проблему, якщо ЗМІ «активно починають цитувати соціальні мережі», де вона «завжди була присутня більшою мірою».

3. Поясніть, які інші групи, згадані у джерелі, можуть стати об'єктами дискримінації у медіа.

Практичне заняття 6.3. (2 год)

Тема: Журналіст як медіатор конфлікту: від ретранслятора до фасилітатора

Мета: Навчити студентів застосовувати принципи достовірності та неупередженості, усвідомлювати себе медіаторами конфлікту, а не його ретрансляторами, та практикувати збір інформації від усіх сторін. Застосовувати професійні стандарти та визначити етичну роль журналіста у висвітленні конфліктів.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Конфлікт етики та інформаційної вигоди: дилеми сучасного журналіста
2. Роль масмедіа у релігійних, владних, міжнародних, збройних конфліктах.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Роль масмедіа у релігійних, владних, міжнародних конфліктах
2. Як висвітлювати збройні конфлікти та як працювати в гарячих точках.
3. Транзакційний аналіз у психології конфлікту

Джерела інформації:

1. Дорош М. Роль журналістів в умовах конфлікту: як не роз'єднати, а відновити довіру / Марина Дорош. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/rol_zhurnalistiv_v_umovakh_konfliktu_yak_ne_rozednati_a_vidnoviti_doviru. 2008
2. https://www.thomsonfoundation.org/media/33402/ukraine-1203bleed_ukr_preview.pdf
3. Бекешкіна І. Е. Конфліктологічний підхід до сучасної ситуації в Україні. К., 1994.
4. Бути медіатором, а не ретранслятором: <https://nsju.org/navchannya/buty-mediatorom-a-ne-retranslyatorom-yak-vysvitlyuvaty-konflikty-u-media/> 2020
5. Висвітлення конфлікту в українських медіа: установки, практики, пошук рішень (результати дослідження). – Режим доступу http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/visvitlennya_konfliktu_v_ukrainskikh_media_ustanovki_praktiki_poshuk_rishen_rezultati_doslidzhennya/ 2016
6. Горчинська О. Висвітлення збройного конфлікту. Поради для журналістів / Олександра Горчинська. URL : <https://ms.detector.media/how-to/post/11892/2014-11-22-vysvitlennya-zbroynogo-konfliktu-porady-dlya-zhurnalistiv/>
7. Духніч О. Читанка до сесії з особливостей висвітлення конфлікту журналістами / Духніч Ольга. Режим доступу : www.mediaschool.org.ua/uploads/Dukhnich.doc.
8. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. К. : ВАІТЕ, 2016. 118 с <https://www.osce.org/files/f/documents/9/3/254531.pdf>
9. Корисні посилання: як висвітлювати збройні конфлікти та як працювати в гарячих точках. <https://cedem.org.ua/news/yak-vysvitlyuvaty-zbrojni-konflikty/>
10. Під час висвітлення подій в Україні медіа мають забезпечити баланс між суспільним інтересом та приватністю постраждалих <https://dc.org.ua/news/pid-chas-vysvitlennya-podiy-v-ukrayini-media-mayut-zabezpechyty-balans-mizh-suspilnym-interesom-ta-pryvatnistyu-postrazhdalyh>

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, поданий нижче, а також зазначений у списку літератури, та скористатися конспектом лекцій з дисципліни.

Практична частина:

1. Прочитайте статтю. Галини Синоруб «Логіко-структурний аналіз конфлікту в масмедіа». Виписати та обговорити поради щодо «мирного висвітлення» конфліктних ситуацій. <https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2017/2017-4-4/25.pdf>

2. Кейс-завдання: Аналіз джерел та фактів (Роль медіатора)

Уявіть, що ви отримали терміновий прес-реліз від керівника великого заводу (Сторона А), який звинувачує міську владу (Сторона Б) у «саботажі та штучному блокуванні дозволів» для розширення виробництва, що загрожує звільненням 500 працівників. У релізі використано багато емоційно забарвлених фраз і звинувачень.

Практичне завдання:

1. Складіть перелік із мінімум п'яти конкретних питань, які ви обов'язково маєте поставити міській владі (Сторона Б), щоб представити її позицію.
2. Визначте, які факти (цифри, дати, документи, заяви) у прес-релізі Сторони А вимагають негайної ретельної перевірки у незалежних один від одного джерелах.
3. Поясніть, яким чином дотримання вимоги «запитувати у другій сторони конфлікту» та «залишатися поза конфліктом» підвищить ваш «авторитет як четвертої влади» і допоможе вам виступити «медіатором, а не ретранслятором».

3 Кейс-завдання: Деескалація мови та професійні стандарти

Наданий текст новини містить оціночні судження та емоційне забарвлення.

Приклад тексту (для аналізу): «**Обурені** мешканці околиці вчора **жорстко** протистояли **цінічним** представникам ЖЕКу, які **нахабно** намагалися демонтувати саморобний дитячий майданчик. Це яскравий приклад **некомпетентності** та **наплювацького ставлення** чиновників до потреб громади».

Практичне завдання:

1. Перепишіть цей уривок, вилучивши всі оцінки та емоційне забарвлення, залишивши лише факти та інформацію.
2. Проаналізуйте, чому журналіст «не повинен його нести [емоційне забарвлення]», і як «достовірність та неупередженість» допомагають журналісту «передавати факти та інформацію».
3. Обговоріть, чому використання «конфліктного» заголовка, який «більше цікавить аудиторію», може суперечити місії журналіста бути медіатором конфлікту.

ТЕМА:7. ІМІДЖ В РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА

Практичне заняття 7.1 (2 год)

Тема: Формування іміджу журналіста

Мета: сформуванню уявлення у студентів про роль, яку відіграє імідж в ефективності діяльності працівника, журналіста зокрема, складові іміджу іміджу працівника.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Які складові комплексного коду?
2. Які ціннісні функції іміджу?
3. Технологічні функції іміджу.
4. Чи тотожні поняття «образ» та «імідж»?
5. Що таке дзеркальний імідж?

6. Які риси притаманні демонстративному іміджу?
7. Суть подвійного значення іміджу в сфері журналістики.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Формування публічного образу журналіста в цифрову епоху
2. Мода як засіб самовираження журналіста
3. Імідж журналіста як елемент довіри аудиторії
4. Зовнішній вигляд ділової людини: одяг, аксесуари до одягу, зачіска, макіяж.

Джерела інформації:

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
3. Калениченко Р.А. Іміджологія: навч. посібник / Р.А. Калениченко, Є.О. Телебенева. Київ: ЦП Компринт, 2023. – 131 с
4. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник. К.: ВД «Скарби», 2001. 265 с.
5. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. К.: Главник, 2005. 96 с
6. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.
7. Почепцов Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. / Г. Почепцов. К., 2000.
8. Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.Є.Кальба. Тернопіль : Навчальна книга :Богдан, 2012. 208 с.
9. Сенченко М.І., Сенченко О.М. Масмедіа, піар, як засоби маніпуляції. Ліра-К.2022, 200 с.
10. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
11. <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/5410/1/Khamraeva.pdf>

Методичні вказівки

Теоретична частина охоплює коло питань, що містять подану нижче інформацію.

1. Імідж у сфері журналістики

У контексті журналістської діяльності категорія іміджу має особливе подвійне значення.

З одного боку, журналіст є особою, що формує імідж тих осіб та організацій, життєдіяльність яких безпосередньо чи опосередковано, прямо чи побіжно висвітлює у своїх публікаціях або сюжетах (причому цей імідж може як відповідати бажаному для самого носія, так і бути негативним і перебувати в конфліктності із його самоіміджем).

З іншого боку, журналіст має сам бути носієм органічного іміджу, котрий виокремлює його з-поміж інших представників професії, засвідчує індивідуальність і викликає довіру до нього, оскільки це є обов'язковою умовою для виникнення довіри до наданої ним інформації.

Окрім того, важливим аспектом журналістської діяльності в кожному соціумі є імідж самої професії журналіста в очах членів цього соціуму, дуже відмінний в різні часи й на різних теренах.

Основні **іпостасі журналіста** з точки зору категорії іміджу на сьогодні є такими: журналіст-керівник (журналіст-функціонер), журналіст-лідер думок, журналіст-опозиціонер, журналіст-викривач, журналіст-шоумен, журналіст-репортер, журналіст-редактор, журналіст-диктор тощо.

Критеріями визначення іміджу у сфері журналістики можуть бути:

- рівень успішності (як фінансової успішності, так і професійної затребуваності);
- рівень довіри з боку соціуму;
- місце в «журналістській ієрархії»;
- рівень публічності й відкритості;
- харизматичність, чіткість і виразність образу;
- сталість / змінюваність образу;
- рівень об'єктивності / суб'єктивності;
- наявність і категоричність подання власної думки;
- універсальність чи вузька спеціалізація;
- стосунки із владою (провладність / опозиційність) тощо.

У масовій свідомості стереотипний образ журналіста, як і представників будь-якої публічної професії, формується завдяки багатьом чинникам і має свою специфіку в кожен конкретний історичний момент і в кожній країні (з огляду на історичні, суспільно-політичні, соціокультурні тощо передумови). На його формування можуть впливати явища і процеси дуже різного порядку, позитивні й негативні: **це голосні справи і скандали за участю журналістів, котрі виступають як викривачами суспільних вад, так і поширювачами наклепів; постаті «лідерів думок», які підвищують довіру до професії; художні твори й кінопродукція із зображенням постатей журналістів** і специфіки журналістської діяльності тощо.

На сьогодні чималий вплив на формування суспільної думки щодо журналістської професії мають як стереотипні, так і індивідуальні образи журналістів у масовій та елітарній культурі (це художня література, кіно- і телепродукція, анекдоти й пародії тощо)

Дослідник телевізійної журналістики Г. Кузнецов вважає, що процес формування іміджу можна розбити на декілька етапів:

- виявлення цільової аудиторії,
- вивчення (принаймні емпіричне) пристрастей телеглядачів, з якими індивідуальний комунікатор планує взаємодіяти.

Як домінанту можна виділити трійку працюючого іміджу:

- вміння говорити мовою своєї аудиторії;
- знання того, що її сьогодні хвилює;
- гострота розуму і почуття гумору.

2. Складові іміджу.

З огляду на дещо відмінні параметри особистого та колективного іміджів, доречно окремо окреслити їхні складові та структуру.

Імідж особистості формується багатьма складовими, до яких можна віднести такі (за А. Панасюком).

1. Габітарний імідж (від лат. *habitus* – зовнішність, зовнішній вигляд) – власне зовнішність (одяг, аксесуари, зачіска, макіяж).

2. Імідж середовища – створене людиною штучне середовище існування (оселя, кабінет, автомобіль).

3. Оречевлений імідж – створені й підібрані людиною предмети, речі.

4. Вербальний імідж – усне та письмове мовлення.

5. Кінетичний імідж – жести, рухи, міміка.

До цієї класифікації варто додати ще два важливі пункти (за Г. Монаховим).

1. Ментальний імідж – світоглядні та морально-етичні установки особи, притаманні їй соціальні стереотипи.

2. Фоновий імідж:

а) дистантно-опосередкований – та інформація, яку суспільство отримує не власне від носія іміджу, а зі ЗМІ чи інших джерел;

б) контактено-неопосередкований – ті люди, які утворюють оточення та коло спілкування носія іміджу.

У свою чергу, **вербальний імідж** складається з двох компонентів (за М. Збронською): а) звуковий компонент (свобода створення звуків, дикція, діапазон інтонацій); б) мовленнєвий компонент (словниковий запас, логічність і аргументованість мовлення).

У **ментальному іміджі** можна виділити:

а) комунікативний компонент (бажання та вміння спілкуватися, знання норм етикету та володіння ними);

б) моральний компонент (те, що людина про себе говорить і те, що вона реально робить).

Структура особистого іміджу також може визначатися за дещо іншою схемою.

1. Зовнішній вигляд (портретні характеристики): – фізичні дані (зріст, вага, фігура тощо); – костюм (одяг, взуття, аксесуари та ін.); – зачіска; – манера поведінки й мовлення; – жести; – погляд і міміка; – особливості голосу; – запах.

2. Іміджева символіка: – ім'я; – особисті символи (колір, числа, герб, логотип, марка тощо); – особиста атрибутика (повторювані деталі й ознаки зовнішнього вигляду); – соціальні символи, або символи соціального престижу (гроші, статус у суспільстві, професія, посада, марка автомобіля, вид спорту, якому надається перевага, тощо).

3. Соціально-рольові характеристики: – *репутація* (громадська думка про людину, що ґрунтується на історії її життя та особистих досягненнях); – *амплуа* (соціальна роль, яку виконує людина); – *легенда* (історія життя людини, представлена в іміджі); – *місія* (соціально важливі цілі, корисність для суспільства).

4. Індивідуально-особистісні властивості:

– професійно-важливі якості;

– домінуючі індивідуальні характеристики;

– стиль стосунків із людьми;

– пропаговані ідеї;

– базові цінності.

У цій схемі представлені тільки ті якості, які аудиторія може спостерігати й усвідомлювати. Але навіть серед усвідомлюваних властивостей можна виокремити очевидніші – *зовнішні ознаки*, і глибші – *смысловірні*. Саме останні характеристики **визначають сутність іміджу**. Основу публічного образу конкретної людини (групи) складають цінності й ідеї, які вона несе світу. Позитивний імідж, якого прагнуть багато людей, визначається схожістю між їх індивідуальними особливостями та загальнолюдськими цінностями.

Кінцевою метою іміджу є одне – спроба донести до оточуючих сутнісні якості прообразу, його цінності й ідеї. Інакше кажучи, **імідж – це особисте послання світу, зашифроване мовою символів.**

Слід зазначити, що особистий імідж – це явище, яке залежить від середовища. Він постає як оціночне ставлення певної групи людей, їхня реакція на особу, її поведінку та вчинки. На формування іміджу впливають такі якості, як виховання, ерудиція та рівень освіти. Як самопрезентація імідж потребує також таких здібностей, як комунікабельність, емпатичність, рефлексивність та врівноваженість (В. Шепель). Ці якості можна вважати іміджеформуючими чинниками. До них також належать явища атракції та фасцинації. **Атракція** (від англ. attraction – привабливості) – візуально фіксоване емоційне ставлення людини до когось у вигляді прояву до нього симпатії або готовності до спілкування. **Фасцинація** (від англ. fascination – приязність, чарівність) – мовленнєвий вплив на людей, при якому досягається мінімізація втрати інформації (наприклад, гарне мовлення).

Формування іміджу здійснюється на основі іміджеформуючої інформації, яка може бути двох основних типів – пряма та непряма.

1. Пряма іміджеформуюча інформація – це та інформація, яку людина отримує про певну особу при безпосередньому контакті з нею. Зазвичай це інформація про:

- а) особливості психіки (характер, темперамент, інтелект, світогляд);
- б) зовнішність (зачіска, одяг, макіяж тощо).

2. Непряма іміджеформуюча інформація – це інформація про особу, яку людина отримує опосередковано, тобто коли ставлення формується на основі суджень інших людей.

Аналогічні процеси відбуваються і при формуванні у свідомості аудиторії колективного (групового, корпоративного) іміджу.

Дослідник П. Гуревич у своїй роботі «Пригоди іміджу» поняття «імідж» подає як синонім до слова «**персоніфікація**». У книзі йдеться, що імідж, це не лише зовнішні чинники, а й професійний доробок ведучого, внутрішній зміст людини та відношення до важливих проблем.

Сучасна телевізійна практика показує, що думка П. Гуревича відповідає дійсності, так як для вдало створеного іміджу важливо не лише зовнішня оболонка ведучого, а й те, як і що він сповіщає аудиторії.

1. Категорії «образ» і «імідж» мають різні смислові відтінки, тому їх використання вимагає уточнення в контексті вживання.

Образ – узагальнена характеристика особистості, обумовлена історичним періодом часу, приналежністю до певної соціальної групи, типовими умовами життя.

Імідж – фасадна частина образу, в якій манери поведінки, експресія, зовнішня привабливість виступають в якості видимих елементів.

2. Образ – результат взаємодії і взаємовпливу поведінки індивіда на екрані (орієнтованого на оцінки і думка аудиторії і тісно пов'язаного з особистими якостями провідного) і глядацького сприйняття (яке ґрунтується на синтезі несвідомого і свідомого вираження нашої психіки, являючи собою якийсь суб'єктивний конструкт як результат сприйняття цього образу).

3. Імідж вибирається, продумується і позиціонується провідним. Відповідно до завдань і жанром конкретної програми, але значний вплив на його підсумкове втілення (образ) надають особистісні характеристики ведучого, які можуть або його вдало доповнювати, або йому суперечити.

4. Екранний образ складається з аудіовізуальних («Відчутних», формальних) характеристик, які сприймаються нами за допомогою органів почуттів і впливають насамперед на емоційну сферу, і латентних («невловимих», змістовних), що складають основу професійної діяльності журналіста, впливають на інтелектуальну сферу глядачів, спонукають їх осмислити зміст кадру.

5. До аудіовізуальних складових образу відносяться:

зовнішній вигляд (стиль одягу, колірна символіка, зачіска, аксесуари), мовні особливості (тембр голосу, багатство інтонацій, темп мови, її змістовність, грамотність, логічна композиційна вибудованість) і невербальні комунікативні риси (міміка, жести, манера триматися).

6. Професіоналізм і дотримання етичних стандартів і законодавчих норм є основою журналістської діяльності і безпосередньо впливають на сформований образ. Однак ці характеристики далеко не завжди усвідомлюються індивідом при сприйнятті образу, тому вони отримали назву латентних (прихованих) складових образу тележурналіста.

7. «Невловимий» образ журналіста складається з вторинних даних, одержуваних під час перегляду передачі, а з інших джерел: під час інтерв'ю з тим чи іншим персонажем, з публікацій, кулуарних розмов і т.п. Симпатії і антипатії будуються на знаннях про ведучого як людині на якомусь психологічному рівні сприйняття. Отже, уявлення про цілісний образ тележурналістів - етичній поведінці, їх професійні навички, властивості темпераменту і такому іншому – є результатом нашого суб'єктивного сприйняття і відомостей, отриманих з інших джерел.

8. Невербальні засоби комунікації служать не тільки виразними засобами для ведучого, але можуть виступати індикатором непрофесіоналізму: зайве хвилювання або невпевненість в собі проявляються в позі, виразі очей, надмірній кількості жестів (або, навпаки, скутості).

9. Рівень культури мови в ЗМІ безпосередньо пов'язаний з образом журналістів і сприйняттям їх громадською думкою. Так звані «етико-мовні» проблеми здатні створити лише образ журналіста, який намагається за допомогою нарочито розмовно жаргонного стилю стати «своїм» серед глядачів.

З іншого боку, знання і правильне використання законів ораторського мистецтва, стилістики, грамотної мови допомагають деяким телеведучим мати успіх у своїх глядачів. Таким чином, рейтинг телепередач залежить і від володіння журналістами державною мовою.

10. У процесі перегляду та аналізу передач сприймається перш всього «відчутний», формальний образ.

11. Практично всі тележурналісти намагаються створити свій імідж і позиціонувати саме ті якості або стиль одягу, які підходять даній аудиторії і активізують її сприйняття.

12. Зовнішній вигляд, невербальні складові (міміка, жести), мовні особливості можуть бути в рівній мірі продуманими ролями, масками і втіленням професійних і людських якостей тележурналістів. Вдалий образ – синтез того й іншого. Невідповідність професійних даних і обраного іміджу призводить до «провалу» ролі, некомфортності сприйняття, а потім і до недовіри образу.

13. Авторство програми дозволяє вдало поєднувати характеристики особистості і позиціонується іміджу. Багато провідних, є авторами передач, створюють їх «для» себе і «під» себе, намагаючись продумати можливий образ, приміряти його на себе, а також розрахувати свої сили. Розмежування сфери застосування понять «образ» і «імідж»:

- Імідж сприймається як одна зі сторін образу, його частина.
- Образ описується більшістю вчених як щось виникає само собою; імідж, навпаки, створюється спеціально, в результаті цілеспрямованої діяльності.
- Імідж має свою аудиторію – соціальну групу, на яку направлено його вплив.
- Уявлення інших можуть значною мірою впливати на поведінкові характеристики, що включають в себе «виникає» образ або «створюваний» імідж. • У цьому сенсі імідж скоріше є міфом (або міфологізованим чином

Практична частина

1. Дидактичний текст: створення позитивного іміджу

Хочемо ми цього чи ні, але імідж у кожного з нас уже є. Давайте спробуємо з'ясувати, яке враження Ви справляєте на інших людей, і найголовніше питання – чи збігається цей образ з бажаним, наскільки в ньому відбивається саме Ви як унікальна особистість.

Імідж – це наші сторони, які показують, як ми самі себе виявляємо, яке враження ми справляємо на інших людей.

Спробуйте пригадати, що Ви самі говорите собі про свою зовнішність, образ, імідж. Чи говорите Ви собі: «У мене немає смаку», «Я не яскравий, ніякий, нездібний, не вмію спілкуватися...»?

Якщо так, то Ви маєте проблеми з іміджем. Ваша невпевненість може виявитися несподівано. Просто Ви самі собі закриваєте доступ до свого творчого «Я». Саме тому я пропоную зараз кожному з Вас по черзі продовжити вислів: «Не хочу вихвалитися, але як керівник управління я...» „ Близько 85 % людей схильні формувати свою думку про іншу людину на основі її зовнішнього вигляду. Зовнішній вигляд – найперша інформація, яку ми отримуємо про незнайому людину. Приваблива, мила, чарівна, зі смаком одягнена людина одразу викликає симпатію. І як би потім не склалися стосунки з цією людиною, на наше ставлення дуже сильно впливає перше враження.

Отже, людині треба бути красивою. Це якоюсь мірою впливає на хороше ставлення до неї оточення і робить її впевненішою в собі, товариською, врівноваженою.

Зовнішній вигляд, зовнішність. Що це таке? Наука цим питанням займалася і з'ясувала, що до поняття «зовнішність» входять три групи елементів:

Фізичний вигляд. Подивіться на себе в дзеркало. Форма і риси обличчя, пропорції фігури, колір шкіри, волосся, очей – усе, що людині дається від природи, і є її фізичним виглядом.

Функціональні ознаки. Припустімо, що від природи у вас гарна фігура. Але ж Ви не стоїте, як манекен, а весь час рухаєтеся, змінюєте пози. Ваші рухи, пози, жести, міміка, інтонації голосу –

це все так звані «функціональніознаки», тобто те, що виявляється в дії. Вони не менш важливі, ніж фізичний вигляд.

Одяг, зачіска, грим. Надягни на найкращу фігуру мішок, наклади на найніжнішу шкіру фарбу – і краси людини просто не буде видно. Отже, багато залежить від оформлення зовнішності.

Зовнішній вигляд – це «візитна картка» особистості, однак вона є невіддільною від внутрішнього світу людини.

Якщо Ви хочете, щоб Ваш образ говорив про Вас як про унікальну особистість, а не про стандартного управлінця, то можна просто спробувати бути більш уважним до себе і до того, як Ваш внутрішній світ віддзеркалюється у Вашому зовнішньому вигляді.

Класичний стиль одягу формує відчуття стабільності, надійності, демонструє рівень культури. До того ж це дає змогу бачити й чути саме Вас як керівника, а не відволікати увагу на споглядання Вашого екстраординарного вбрання.

Уникайте раптових контрастів у Вашому образі. Одяг повинен мати бездоганний вигляд.

Ваші зачіска, макіяж, манікюр і запах завжди мають бути в порядку. Ви можете не встигнути або не зуміти розглянути себе в дзеркалі, але вашіспіврозмовники бачать Вас. Важливим чинником успіху є і запах. Небажаним є зловживання парфумами. Вони повинні бути легкими і ненав'язливими

Імідж – це образ, а образ завжди можна вдосконалювати. Тим, кого цікавить своє психологічне вдосконалення, пропонуємо невеличкий тест.

Майже кожній людині хотілося б бачити себе та інших у чомусь досконалішими. Із психологічних рис найчастіше не вистачає витримки, доброзичливості, відвертості, сили волі, співчуття, впевненості. (Саме ці рисиперелічені в таблиці запропонованого Вам тесту.)

Уявіть, що у Вас з'явилась унікальна можливість розвинути в собі будь- яку з цих рис, але тільки одну (табл. 8 1). Що саме Ви хотіли б додати собі? Обведіть номер відповідної риси в лівій половині таблиці (собі). А тепер уявіть, що стало можливим розвинути будь - яку із вказаних рис в інших людях, але одну. Щоб Ви хотіли додати оточенню? Обведіть номер цієї рисив правій половині таблиці (іншим).

Таблиця 7.1

2. Тест психологічного вдосконалення людини

Іншим							
Собі		1	2	3	4	5	6
Витримки	1	А	Б	Б	А	Б	А
Доброзичливості	2	В	Г	Г	В	Г	В
Відвертості	3	В	Г	Г	В	Г	В
Сили волі	4	А	Б	Б	А	Б	А
Співчуття	5	В	Г	Г	В	Г	В
Впевненості	6	А	Б	Б	А	Б	А

Інтерпретація.

Існує чотири типи психологічного вдосконалення.

Для вас найбільш характерним є той, який позначений літерою, що стоїть наперехресті виділених вами горизонталі СОБІ та вертикалі ІНШИМ.

А– стати витривалішим разом з усіма (зробити світ сильнішим);

Б– самоствердитись самому у «м'якому» оточенні;

В– пом'якшити свій норов, допомогти ствердитись іншим;

Г– робити світ добрішим.

Пам'ятка

1. Риси обличчя, фігура, зріст людини існують незалежно від її бажання, тому сприймайте себе такими, як Ви є. Озирніться навколо – і Ви зрозумієте, що красиве обличчя із злим чи гоноровитим виразом виглядає негарно, а обличчя з вадами, але з доброю посмішкою викликає симпатію. Якщо Вас не зовсім влаштовує той фізичний образ, який Ви бачите в люстерку, намагайтеся додати йому таких емоційних і духовних рис, щоб Ваші недоліки не були помітними.

2. Зверніть увагу на свій голос. Грубі, пискляві репліки, різкі надривні ноти у розмові, немелодійний голос дратують оточення, свідчать про брак навичок культурної поведінки. Обов'язкова риса приємної людини – мелодійність, плавність голосу, його теплота та чарівність.

3. Краса людини передбачає: скромність, тактовність, ввічливість, щирість, повагу оточення. Навпаки, невміння стримувати негативні емоції, зверхність, нахабність, цинізм і розв'язність не поєднуються з поняттям «приємна людина».

4. Посміхайтесь. Похмурий настрій чи погана поведінка не лише псують Ваше (навіть красиве) обличчя, але до того ж пригнічують інших. Люди завжди симпатизують тим, хто випромінює щиру радість і посмішку. Зважте на те, що гучний регіт, широко розкритий рот, закинута голова не мають нічого спільного з природною, щирою посмішкою. Не прикрашає і бездумна посмішка, нікому не адресована.

5. Одягайтеся зі смаком. Кажуть, що «хороший смак перемагає і моду». Колір, фасон, візерунок тканини – ці три чинники можуть бути Вашими найкращими друзями або ворогами – залежно від того, як Ви ними скористаєтеся. Завжди і в усьому зважайте на реальну можливість. Важко зберегти елегантність, крокуючи в ногу з модою, адже іноді ультрамодний одяг не пасує за віком, характером, фігурою, манерою поведінки. Коженвіковий період потребує своїх вирішень в одязі. Найголовніший принцип – слід виробити свій індивідуальний стиль в одязі, прикрасах, зачісці, декоративній косметиці, вибирати з моди лише те, що підходить саме Вам. Та найважливіше – охайність і чистота в одязі.

6. Зачіска – це своєрідна візитна картка кожної людини, бо так чи інакше підкреслює особливості її характеру і способу життя. Кожна людина має дібрати методом проб свій стиль зачіски, враховуючи напрями моди контури обличчя, форми очей, брів, стиль одягу, манеру поведінки.

7. Стежте за жестами й мімікою. Психологи встановили, що у взаємодії людей 60–80 % інформації передається за рахунок рухів, жестів, міміки і лише 20–40 % – за рахунок слів, інтонацій, голосу. Особливістю промовистості рухів, жестів, міміки є те, що їх вияв зумовлено імпульсами нашої підсвідомості. Підробити ці імпульси практично неможливо (це під силу лише видатним акторам), і тому мові рухів можна довіряти більше, ніж словам. Більшість жестів, мімічних гримас, рухів тіла є надбанням виховання життєвого досвіду й зумовлені рівнем культури особи.

Попрацюйте над своїм позитивним іміджем – і він працюватиме на Вас!

3. Ознайомтеся з аналізом образу ведучих на українських телеканалах за покликанням <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/5410/1/Khamraeva.pdf>

Виконайте аналіз образу ведучого/чої (за вибором студента), спираючись на такі ключові індивідуально-особистісні характеристики кожного представника медіа як:

Аналіз аудіовізуальних складових та індивідуально-особистісних характеристик

Характеристика	Аналіз (опис та інтерпретація)	Відповідна складова іміджу (за джерелами)
Зовнішній вигляд та фізичні дані	Опишіть стиль одягу, зачіску, макіяж, аксесуари та загальний габітус. Інтерпретація: Яку технологічну функцію іміджу виконує цей зовнішній вигляд (наприклад, функція організації уваги, функція затінення недоліків)?	Габітарний імідж (власне зовнішність, одяг, аксесуари). Аудіовізуальна складова.
Тембр голосу, дикція та манера спілкування	Опишіть особливості голосу, багатство інтонацій, темп мови. Зверніть увагу на кінетичний імідж (жести, міміка, манера триматися). Інтерпретація: Чи досягається за допомогою мовлення фасцинація (мінімізація втрати інформації)? Чи є ознаки «етико-мовних проблем»?	Вербальний імідж (звуковий та мовленнєвий компоненти). Кінетичний імідж (жести, рухи).
Відповідність образу телепроекту	Оцініть, наскільки сформований імідж (продумана фасадна частина) відповідає завданням і жанром конкретної програми (наприклад, новинний блок, аналітичне шоу, розважальна передача). Інтерпретація: Чи створює ведучий/ча свій імідж «для» себе і «під» себе? Які наслідки може мати «невідповідність професійних даних і обраного іміджу»?	Імідж вибирається відповідно до завдань і жанром конкретної програми . Це частина латентних (змістовних) складових .

Практичне заняття 7.2.(2 год).

Тема: Архетипи у журналістиці.

Мета: Навчитися розрізняти свідомо сформований імідж (фасадну частину) та визначати його архетипічну основу для розуміння впливу на несвідоме сприйняття глядачів.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Складові іміджу. Архетипічна основа іміджів
2. Внутрішній та зовнішній іміджі: особливості формування та функціонування.
3. Чоловічі та жіночі архетипи в імеджелогії.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Архетипи в журналістиці: герой, мудрець, митець, критик
2. Використання архетипів у журналістиці.

Джерела інформації:

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
3. Калениченко Р.А. Іміджологія: навч. посібник / Р.А. Калениченко, Є.О. Телебенева. Київ: ЦП Компринт, 2023. – 131 с
4. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник. К.: ВД «Скарби», 2001. 265 с.
5. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. К.: Главник, 2005. 96 с
6. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.
7. Почепцов Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. / Г. Почепцов. К., 2000.
8. Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.Є.Кальба. Тернопіль : Навчальна книга :Богдан, 2012. 208 с.
9. Сенченко М.І., Сенченко О.М. Масмедіа, піар, як засоби маніпуляції. Ліра-К.2022, 200 с.
10. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
11. <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/5410/1/Khamraeva.pdf>

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, поданий нижче, а також зазначений у списку літератури, та скористатися конспектом лекцій з дисципліни.

Практична частина

1. Створіть групи по 5-7 студентів. Виконайте аналіз образу відомої особистості / журналіста (за вибором студента), спираючись на табличні дані:

Етап	Зміст та методи роботи	Використовувані концепції з джерел (з цитуванням)
I. Теоретичне обґрунтування	Дискусія: Обговорення відмінностей між «образом» та «іміджем» у контексті телебачення. Визначення, які складові є аудіовізуальними (формальними) (впливають на емоційну сферу), а які – латентними (змістовними) (впливають на інтелектуальну сферу).	Образ – узагальнена характеристика особистості, Імідж – фасадна частина образу, продумана і позиціонована. Аудіовізуальні складові: зовнішній вигляд, мовні особливості, невербальні риси. Латентні складові: Професіоналізм та дотримання етичних стандартів.

II. Практичний аналіз образу	Завдання: Студенти обирають відомого українського діяча (політичного, культурного, наукового...) чи журналіста/телеведучого та проводять аналіз його/її образу, спираючись на ключові індивідуально-особистісні характеристики (див теоретичну частину практичного заняття 1)	Особистий імідж формується багатьма складовими. Вдалих образ – це синтез продуманої ролі та професійних якостей.
III. Архетипічна інтерпретація та функціонал	Завдання: На основі проведеного аналізу студенти ідентифікують домінуючий архетип (чоловічий або жіночий) та пояснюють його роль у формуванні довіри та «соціальної поведінки» аудиторії. Презентація та обговорення результатів.	Імідж базується на використанні архетипів – універсальних моделей несвідомої психічної активності. Імідж повинен спонукати до певної соціальної поведінки .

2. Архетипічна інтерпретація та вплив на аудиторію

1. Визначення домінуючого архетипу: На основі аналізу зовнішнього вигляду, манери спілкування та змісту (ментальний імідж) визначте, хто може апелювати до **архетипу**:

Архетип: **Мудрець** (чоловічий архетип) (шукає істини, допомагає іншим стати мудрішими, об'єктивно побачити себе і світ).

Архетип: **Афіна** (жіночий архетип) (неприсутня діва, стратег, тактик).

Пояснити свій вибір.

2. Значення архетипу для телеглядача:

Пояснить, як цей архетип (універсальна модель несвідомої психічної активності) впливає на сприйняття аудиторії:

- Чому імідж, що ґрунтується на цьому архетипі, «легко сприймається аудиторією»?
- Які **соціальні установки** (цінності, ідеї) ведучий/ча «несе світу» через цей архетип, і як це спонукає глядачів до «певної соціальної поведінки»?
- Яким чином цей архетип допомагає ведучому/чій реалізувати свою подвійну роль у журналістиці: формувати імідж інших осіб та викликати довіру до себе?

Вдалих образ – це синтез продуманої ролі та професійних якостей, а розуміння архетипічної основи є ключовим для створення іміджу, що легко сприймається аудиторією.

Практичне заняття 7.3. (2 год)

Тема: Імідж, мода та психологія реклами: інструменти успіху та маніпуляції в журналістиці

Мета заняття: Сформувати у студентів критичне розуміння впливу моди та рекламних психотехнік на формування особистого та колективного іміджу в журналістиці, а також навчити розпізнавати психологічні маніпуляції в рекламному контенті.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Психологічний вплив реклами на аудиторію.
2. Мода як засіб самовираження журналіста
3. Корпоративний імідж та його використання у зв'язках з громадськістю.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Місце і роль засобів масової інформації у формуванні корпоративного іміджу.
2. Зв'язок між редакційною політикою та індивідуальним іміджем працівників.
3. Корпоративний імідж та його використання у зв'язках з громадськістю.
4. Вплив рекламних стратегій на суспільну думку та поведінку

Джерела інформації:

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
3. Калениченко Р.А. Іміджологія: навч. посібник / Р.А. Калениченко, Є.О. Телебенева. Київ: ЦП Компринт, 2023. – 131 с
4. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник. К.: ВД «Скарби», 2001. 265 с.
5. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. К.: Главник, 2005. 96 с
6. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.
7. Почепцов Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. / Г. Почепцов. К., 2000.
8. Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.Є.Кальба. Тернопіль : Навчальна книга : Богдан, 2012. 208 с.
9. Сенченко М.І., Сенченко О.М. Масмедіа, піар, як засоби маніпуляції. Ліра-К.2022, 200 с.
10. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
11. <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/5410/1/Khamraeva.pdf>

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, поданий нижче, а також зазначений у списку літератури, та скористатися конспектом лекцій з дисципліни.

1. Журналіст у системі іміджу.

Журналістська діяльність має подвійне значення в контексті категорії іміджу:

Формуючий аспект: Журналіст формує імідж осіб та організацій, які він висвітлює.

Носій іміджу: Журналіст сам повинен бути носієм органічного іміджу, який засвідчує його індивідуальність і викликає довіру до наданої ним інформації.

Сьогодні успіх на різноманітних ринках вимагає створення відповідного, доцільного та адекватного іміджу. Імідж, у свою чергу, формується, зокрема, і модою та рекламою, які є ключовими елементами постіндустріальної культури.

2. Визначення ключових понять:

- *Імідж:* Синтетичний образ, що складається у свідомості людей щодо конкретної особи чи організації, містить значний обсяг емоційно забарвленої інформації і спонукає до певної соціальної поведінки.

- *Мода:* Короткочасне, масове захоплення певними зразками поведінки, стилем, ідеями, що відображає настрої й очікування суспільства.

- *Реклама (психологічний погляд):* Цілеспрямований комунікативний вплив, що використовує психологічні механізми для формування потреб, ставлення або спонукання до конкретної дії.

3.1. Психологічні функції іміджу для особистості (Журналіст-Особистість)

Успішний імідж забезпечує не лише зовнішній успіх, а й внутрішній комфорт, виконуючи ціннісні функції:

1. *Особистісне звеличування*: Створення ореолу привабливості робить особу соціально затребуваною і розкутою.

2. *Комфортизація*: Чарівність особи об'єктивно привносить у спілкування симпатію та доброзичливість.

3. *Психотерапевтична функція*: Усвідомлення своєї індивідуальної непересічності дає журналісту стійкий мажорний настрій і впевненість у собі.

Через технологічні функції імідж дозволяє швидко увійти в соціальне середовище (міжособистісна адаптація) та висвітити кращі особистісно-ділові якості.

3.2. Мода, стиль та імідж (Габітарний компонент)

Мода та зовнішній вигляд (габітарний імідж) є критично важливими для журналіста:

- *Ідентифікація та Комунікація*: Мода допомагає належати до певної групи або відрізнитися. Через моду ми "говоримо" про свій статус, смаки, переконання.

- *Складові іміджу*: Мода впливає на Габітарний імідж (одяг, зачіска, макіяж), Кінетичний імідж (жести, рухи) та Вербальний імідж (мовлення).

- *Несвідомий вплив*: Успішний імідж часто апелює до архетипів (наприклад, Мудрець, Герой, Правитель), що забезпечує легке сприйняття аудиторією.

3.3. Психологічний вплив реклами на журналістський колектив (Корпоративний імідж)

Колективний (корпоративний) імідж редакції формується на основі багатьох особистих іміджів і є менш керованим. На його успішність впливає:

1. *Зовнішній імідж*: Формується PR-кампаніями, зв'язками зі ЗМІ та інвесторами.

2. *Внутрішній імідж*: Сприйняття компанії її працівниками. Внутрішній імідж (ставлення, емоційна налаштованість, корпоративна культура) впливає на репутацію компанії так само, як і зовнішні елементи.

3. *Фінансування*: Реклама є головним джерелом доходу для масмедіа, що, у свою чергу, впливає на те, який контент створюється і як він подається. Це може створювати конфлікт інтересів між етичними стандартами та комерційною життєздатністю.

Практична частина

Вправа 1. Розбір іміджевої дихотомії: Зміст vs. Форма

Мета: Усвідомити різницю між свідомо створеним іміджем (фасадна частина) і його сутнісними, латентними якостями (професіоналізм, етика).

Завдання: Розділіться на малі групи (3-4 студенти). Кожна група отримує опис або відео-фрагмент (презентується викладачем) двох гіпотетичних тележурналістів:

- Журналіст А ("Модний"): Ідеальний габітарний імідж (дорогий одяг, модні аксесуари), яскрава міміка, висока швидкість мовлення. Проте мовлення малограмотне або нелогічне.

• Журналіст Б ("Стрижневий"): Стриманий, немодний одяг, але чітка аргументована мова, професіоналізм і дотримання етичних стандартів.

Питання для обговорення:

1. Який з журналістів, імовірно, матиме вищий поточний імідж (тобто буде більш популярний у масовій свідомості) і чому?

2. Які елементи їхнього іміджу належать до аудіовізуальних (форма) і які до латентних (зміст)?

3. Поясніть, чи може невідповідність професійних даних та обраного іміджу призвести до недовіри, навіть якщо зовнішній вигляд (мода) ідеальний?

Вправа 2. Розшифровка психологічного коду реклами

Мета: Навчитися розпізнавати психологічні механізми, які використовує реклама для впливу на несвідоме споживача (аудиторії журналістів).

Завдання: Кожна група аналізує одну сучасну рекламну кампанію (бажано відео або нативну рекламу в соцмережах).

Питання для обговорення:

1. Які психологічні механізми (увага, пам'ять, емоції, мотивація) використані в рекламі? Яку саме емоцію (радість, страх, бажання успіху) вона викликає?

2. Який типовий прийом (наприклад, соціальне підтвердження, ефект авторитету, страх втрати, ідеалізація образу) використовується?

3. Який соціальний стереотип чи ідеал споживання (наприклад, про красу, успіх, гендерні ролі) формується чи підсилюється цією рекламою?

Вправа 3. Створення комплексного коду для новинного бренду

Мета: Навчитися стратегічно формувати колективний імідж журналістського колективу, ґрунтуючись на цінностях та ідеях.

Завдання: Студенти створюють концепцію нової медіа-платформи або редакції ("Наш Новинний Колектив").

Необхідно сформулювати та презентувати:

1. Місія: "Задля чого" діє ваш колектив? (Має пояснювати соціально важливі цілі та корисність для суспільства).

2. Легенда: На чому ґрунтується ефект сприйняття вашої місії? (Наприклад, історія заснування, незвичайний досвід, "ореол привабливості").

3. Символ (або слоган): Який образ/слово поєднує всі ваші індивідуальні та іміджетворчі якості?

Обговорення: Як цей комплексний код (легенда, місія, символ) впливатиме на внутрішній імідж (відданість співробітників) та зовнішній імідж (довіра аудиторії)?

Ключовий висновок: Імідж – це особисте послання світу, зашифроване мовою символів. Мода і реклама є цими символами.

Журналіст повинен критично ставитися до контенту, який споживає, та усвідомлювати, що реклама, фінансуючи медіа, формує простір, де масова свідомість може мислити шаблонно. Усвідомлення цих механізмів дозволяє створювати ефективні, етичні комунікаційні стратегії у власній діяльності.

4. Тест: Методика визначення діяльнісної ефективності організації (Зігерт, Ланг)

Режим доступу : https://www.eztests.xyz/tests/leader_ziegert/

5. Дидактичний текст: все залежить від тебе

Колись давно в древньому Китаї жив дуже розумний, але дуже пихатий Мандарин (знатний вельможа). Весь день його складався з примірок багатого вбрання та розмов із підданими про свій розум... Так минали дні за днями, роки за роками... Аж ось пройшов по всій країні поголос, що неподалік від кордону з'явився монах, розумніший за всіх на світі. Дійшла та звістка й до нашого Мандарина. Дуже розлютився він: хто може називати якогось ченця найрозумнішою людиною в світі?!

Запросив вельможа мудреця до себе в палац, вирішивши обдурити його:

«Я візьму в руки метелика, схочу його за спиною й запитав, що в мене в руках – живе, чи мертве? Якщо чернець скаже, що живе – я роздушу метелика, а якщо скаже мертве – випущу його...».

І ось настав день зустрічі. В розкішному залі зібралося багато людей, всім хотілося послухати словесний поєдинок найрозумніших людей у світі. Мандарин сидів на високому троні, тримав за спиною метелика й з нетерпінням чекав приходу ченця. Аж ось двері відчинилися, до залу увійшов невеликий худорлявий чоловік. Він підійшов до Мандарина, привітався й сказав, що готовий відповісти на будь-яке його запитання. І тоді, зло посміхаючись, Мандарин проказав: «Скажи-но мені, що я тримаю в руках – живе, чи мертве?» Мудрець трохи подумав, усміхнувся й відповів: «УСЕ В ТВОЇХ РУКАХ!». Збентежений Мандарин випустив метелика з рук, і той полетів на волю, радісно тріпочучи своїми яскравими крильцями.

Отже, лише від Вас залежить, чи буде Ваша взаємодія з іншими живою, яскравою, плідною, чи навпаки.

Тема 8: СТРЕСОСТІЙКІСТЬ ТА ПСИХОЛОГІЧНА МЕДІАБЕЗПЕКА

Практичне заняття 8.1. (2 год)

Тема: Діагностика стресу та управління адаптаційним капіталом

Мета: Навчити студентів розрізняти форми стресу (еустрес/дистрес), діагностувати стадію стресу за реакціями організму та розробити індивідуальну стратегію поповнення життєвого ресурсу.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Визначення стресу
2. Стадії стресу (Тривожність, Опір, Виснаження)
3. Еустрес vs. Дистрес
4. Адаптаційний капітал
5. Які є три варіанти розвитку подій під час небезпеки чи стресу?
6. Якою має бути подія, яка може спричинити психологічне травмування?

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Вплив інформаційного навантаження на розвиток стресу у журналістів
2. Як масмедіа формують колективну травму: роль журналіста в кризовий час
3. Масмедіа під час національної кризи: як не поглибити травматичний стан суспільства

Джерела інформації:

1. Мельник Шерон, Стресостійкість Як зберігати спокій та високу ефективність у будь яких ситуаціях. К.: Сварог, 2024, 270 с.
2. Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.Є.Кальба. Тернопіль : Навчальна книга :Богдан, 2012. 208 с.
3. Строні М. Стресостійкість. Прості поради, як жити в сучасному світі/ Міту Строні; пер. з англ. Олени Зайомської. Київ. Книголав, 2021. 272 с.
4. <https://nsju.org/novini/vid-stresu-do-stijkosti-yak-czentry-zhurnalistskoyi-solidarnosti-dopomagayut-vberegty-mentalne-zdorovya/> 08.10.2024
5. <https://webportal.nrada.gov.ua/stres-vid-spozhyvannya-media-najsylnishyj-faktor-psyhologichnogo-napruzhennya-dlya-ukrayintsiv-pid-chas-vijny/> 16.12.2024
6. <https://cases.media/article/vpliv-internetu-ta-media-na-emociinii-stand-i-mentalne-zdorovya?srsId=AfmBOop6gcnPRU3xvDNwyI454RE-ck8yqFvIDImPsqRocPLqSvpBwO3Z>
7. <https://imi.org.ua/monitorings/yak-psyhologichne-vysnazhennya-ta-postijnyj-stres-vplyvaye-na-zhurnalistiv-ta-shho-z-tsym-robyty-i62612> 22.07.2024
8. <https://theses.oa.edu.ua/DATA/11543/%D0%A1%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C%20%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B0%20%D0%AE%D1%80%D1%96%D1%97%D0%B2%D0%BD%D0%B0.pdf> 2022
9. <http://psy-visnyk.uzhnu.uz.ua/index.php/psy/article/view/345> 23.09.2024
10. <https://nsju.org/navchannya/rol-lideriv-yak-posylyuvaty-stijkist-komand-i-kozhnogo-praczivnyka-okremo/>
<https://imi.org.ua/advice/yak-poperedyty-vygorannya-ta-shho-robyty-z-tryvogoyu-porady-iz-psyhologichnoyi-zustrichi-v-i68039> 05.05.2025

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з дисципліни.

Практична частина:

Кейс-завдання 1. Діагностика стадії стресу за фізіологічними реакціями: Уявіть, що ви працюєте в зоні високої інформаційної напруги. Опишіть свої ймовірні фізіологічні та психічні реакції, що відповідають кожній із трьох стадій стресу, за Г. Сельє.

Практичне завдання:

1. **Стадія Тривожності (Шок/Протишок):** Опишіть, як мобілізується організм при зустрічі з реальною чи уявною загрозою. Які біологічні реакції відбуваються (згущення крові, підвищення тиску)?
2. **Стадія Опору (Адаптації):** Поясніть, що означає «ми вчимося жити зі стресом, звикаємо до нього, кажемо, що адаптувалися». Як ця стадія підвищує стійкість, але водночас робить тіло «вразливішим для інших стресорів»?
3. **Стадія Виснаження:** Опишіть небезпеку цієї стадії та її наслідки, якщо стресовий чинник не зникає. Назвіть, які хронічні проблеми виникають, коли «захисні механізми» виявляються неспроможними (наприклад, інсульт, інфаркт, вислів «згорів на роботі»).

Кейс-завдання: 2. Еустрес vs. Дистрес та Управління ресурсами
Проаналізуйте дві ситуації та класифікуйте їх як еустрес або дистрес.

- *Ситуація А:* Ви отримали нове, складне, але цікаве завдання у великому медіахолдингу, яке вимагає нових знань та швидкої адаптації.
- *Ситуація Б:* Ви працюєте над важливим проектом, але замовники постійно повертають його на доопрацювання протягом кількох місяців, що призводить до виснаження.

Практичне завдання:

1. Визначте, яка ситуація відповідає еустресу (підвищує резерв організму та забезпечує адаптацію), а яка – дистресу (підриває здоров'я).
2. Поясніть, чим визначається різниця між еустресом та дистресом, згідно з джерелом (невідповідністю між чим і чим?).
3. Обґрунтуйте, чому зараз, в умовах «високого перманентного стресу», потрібно «чергувати напруження й розслаблення» та приділяти більше уваги «сну, харчуванню та питтю рідини».

3. Вправа «Екстремальна валіза»

Візьміть листок і подумайте: як ви допомагали собі нормалізувати стан у стресових чи травматичних подіях? Напишіть список. На першому місці – що найбільше допомагало, на другому – менше, на третьому – ще менше.

Підказка, що це може бути (звісно, може бути щось, чого тут немає):

- образи, які приносять радість (дорогих людей, місць);
- запахи, що подобаються;
- музика, яка приносить задоволення;
- рухи, що приносять радість (біг, танці, катання на лижах, прибирання);
- щось м'яке, що приємно взяти в руки;
- будь-які краплі, що допомагають в екстремальному випадку;
- вправа на уяву, яка дає позитивний результат;
- текст, що хвилює (вислів, маленька історія, молитва);
- хобі;
- природа.

Практичне завдання:

1. Створіть власний список (мінімум 5 пунктів) тих речей, дій, образів чи запахів, які найбільше допомагають вам «нормалізувати стан у стресових чи травматичних подіях».
2. Розставте пункти у списку за пріоритетом: на першому місці – те, що допомагає найбільше.
3. Проаналізуйте, чому використання цих ресурсів має бути **частішим**, ніж у звичайному житті, та чому «завдання кожної людини – узяти на себе відповідальність за свій психологічний стан».

Практичне заняття 8.2 (1 год)

Тема : Журналіст у вирі травми: розпізнавання та професійна безпека

Мета: Навчити студентів розпізнавати небезпечні реакції психіки на травму (дисоціація, замороженість), усвідомлювати ризик повторюваної експозиції та застосовувати професійні поради для боротьби зі стресом.

Питання для обговорення (теоретична частина):

1. Варіанти реакції на небезпеку (боротьба/втеча, застигання),
2. Психічні захисні механізми (дисоціація, деперсоналізація),
3. Травматизація через свідчення та надмірну експозицію,
4. Що таке колективна травма? Приклади
5. Психологічні наслідки колективної травматизації після того, як травматичні події завершилися?
6. Шляхи подолання колективної травми.
7. Трансгенераційна травматизація
8. Де зберігається інформація про травматичну подію, у якому типі пам'яті?
9. Як впоратися з наслідками травматичних подій?
10. Фази травматичної кризи у суспільстві.
11. Поради психолога журналістам.

Теми усних повідомлень із мультимедійною презентацією:

1. Професійне вигорання журналіста: як розпізнати і що з цим робити
2. Психологічна стійкість журналіста: особисті ресурси у боротьбі зі стресом
3. Масмедіа і сенсаціоналізм: чи може гонитва за рейтингами травмувати суспільство?
4. Поради психолога журналістам: як не втратити себе в інформаційному хаосі

Джерела інформації:

11. Мельник Шерон, Стресостійкість Як зберігати спокій та високу ефективність у будь яких ситуаціях. К.: Сварог, 2024, 270 с.
12. Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.С.Кальба. Тернопіль : Навчальна книга :Богдан, 2012. 208 с.
13. Стороні М. Стресостійкість. Прості поради, як жити в сучасному світі/ Міту Стороні; пер. з англ. Олени Зайомської. Київ. Книголав, 2021. 272 с.
14. <https://nsju.org/novini/vid-stresu-do-stijkosti-yak-czentry-zhurnalistskoyi-solidarnosti-dopomagayut-vberegty-mentalne-zdorovya/> 08.10.2024
15. <https://webportal.nrada.gov.ua/stres-vid-spozhyvannya-media-najsylnishyj-faktor-psyhologichnogo-naprzhennya-dlya-ukrayintsiv-pid-chas-vijny/> 16.12.2024
16. <https://cases.media/article/vpliv-internetu-ta-media-na-emociinii-stan-i-mentalne-zdorovya?srsltid=AfmBOop6gcnPRU3xvDNwyI454RE-ck8yqFvIDImPsqRocPLqSvpBwO3Z>
17. <https://imi.org.ua/monitorings/yak-psyhologichne-vysnazhennya-ta-postijnyj-stres-vplyvaye-na-zhurnalistiv-ta-shho-z-tsym-robyty-i62612> 22.07.2024
18. <https://theses.oa.edu.ua/DATA/11543/%D0%A1%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C%20%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B0%20%D0%AE%D1%80%D1%96%D1%97%D0%B2%D0%BD%D0%B0.pdf> 2022
19. <http://psy-visnyk.uzhnu.uz.ua/index.php/psy/article/view/345> 23.09.2024
20. <https://nsju.org/navchannya/rol-lideriv-yak-posylyuvaty-stijkist-komand-i-kozhnogo-pracivnyka-okremo/>
21. <https://imi.org.ua/advices/yak-poperedyty-vygorannya-ta-shho-robyty-z-tryvogoyu-porady-iz-psyhologichnoyi-zustrichi-v-i68039> 05.05.2025

Методичні вказівки

Готуючи теоретичну частину, варто опрацювати навчальний матеріал, зазначений у списку літератури та скористатися конспектом лекцій з дисципліни.

Практична частина:

1. Опрацювати інформацію та скласти пам'ятку журналісту як запобігти стресу та професійному вигоранню.

1. Ментальне здоров'я медійників: практичні поради
<https://osvita.nakypilo.ua/mentalne-zdorov-ya-medijnykiv-praktychni-porady/>
30.12.2024

2. Як журналістам запобігти професійному вигоранню: поради психолога
<https://nsju.org/novini/yak-zhurnalistam-zapobigty-profesijnomu-vygorannyu-porady-psyhologa/>

2.1. Кейс-завдання: Реакція «застигання» та психічна анестезія

Проаналізуйте реакцію «Застигання» або «травматичні щипці», яка виникає, коли «немає можливостей для втечі та боротьби» (наприклад, під час сильного обстрілу).

Практичне завдання:

1. Опишіть, що відбувається, коли тривала «ані втеча, ані боротьба» призводить до «заціпеніння». Які психічні явища виникають як «психічна анестезія» (наприклад, дисоціація, деперсоналізація, стрибок ендорфінів)?

2. Наведіть приклади дисоціації (людина бачить себе збоку) та деперсоналізації (людина відчуває себе героєм фільму чи звіром). Поясніть, чому психіка використовує ці механізми захисту.

3. Обговоріть, чому «втрата відчуття реальності» (наче це не з вами) та «розірваність здатності сприйняття» (уривчасті спогади) є захисними механізмами, що допомагають не отримати «максимальну кількість негативної інформації».

2.2. Кейс-завдання: Мінімізація травматичної експозиції для журналістів

Журналісти, що працюють із воєнною тематикою або наслідками злочинів, підпадають під ризик «переживання багаторазової чи надмірної експозиції до нестерпних деталей травматичної події».

Практичне завдання:

1. Сформулюйте, чому «повторювана природа висвітлення тривожних подій» є руйнівною і може стати основою для травми, навіть якщо разові події сприймаються нормально.

2. Запропонуйте інструменти «перезавантаження мозку» на основі порад психолога:

Як свідомо «відключатися від новин у визначені періоди доби»?

Як використовувати «речі, що нагадують, як виглядає «нормальне» життя» (наприклад, фотографії)?

3. Поясніть, чому важливо відстежувати ознаку «закривання повністю» (емоційне оніміння) і чому тимчасове відсторонення необхідне для роботи, але повна байдужість є «тривожною ознакою».

2.3. Кейс-завдання: Мотивація та комунікація у колективі

Обговорення мотивації та підтримки як ключових чинників для подолання стресу в журналістському колективі.

Практичне завдання:

1. Обґрунтуйте, чому усвідомлення, що «хороша справа, яку робите, переважає травматичний досвід», є ефективнішим мотиватором для боротьби зі стресом, ніж «кількість переглядів чи заробітна платня».

2. Розробіть міні-інструкцію для керівника редакції або колеги щодо прояву уваги до співробітників. Наприклад, що конкретно сказати колезі, який висвітлює складні теми, щоб надати йому підтримку.

3. Проаналізуйте, чому зрілість та «сила “Я”» (характерологічні особливості) є чинниками, які допомагають людині краще впоратися з травматичними ситуаціями.

ПИТАННЯ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ІСПИТ З КУРСУ ПСИХОЛОГІЯ МАСМЕДІА

- 1 Предмет і завдання психології масмедіа
- 2 Комунікація та її види.
- 3 Інформація, реальність, медіареальність, гіперреальність.
- 4 Психологічні функції мас-медіа в суспільстві
- 5 Кодекс етики українського журналіста.
- 6 Критичне мислення як захист від медіа-маніпуляцій
- 7 Конфлікт етики та інформаційної вигоди: дилеми сучасного журналіста
- 8 Індивід, індивідуальність, особистість в сфері мас-медіа.
- 9 Індивідуально-психологічні властивості особистості журналіста
- 10 Проблема типового темпераменту журналіста.
- 11 Типологія соціальних характерів та характерологічний портрет журналіста.
- 12 Літературні здібності та інтелект у структурі здібностей журналіста..
- 13 Психологічні особливості емоційної сфери журналіста.
- 14 Типи особистості журналіста та модель професійної спеціалізації.
- 15 Теорія поколінь. Покоління X, Y, Z, Альфа.
- 16 Особливості сприймання та обробки інформації поколінням screen-screen.
- 17 Психологічна характеристика групи як структурного елемента організації.
Типологія груп.
- 18 Група і команда в професійній діяльності .
- 19 Чинники, що впливають на ефективність роботи команди.
- 20 Функціональні та поведінкові характеристики ролей членів групи/команди за М. Белбіним.
- 21 Класифікація груп за чисельністю
- 22 Успішний журналістський колектив.
- 23 Конформізм. Експеримент С. Аша. Нонконформізм
- 24 Психологічні типи керівників
- 25 Концепції (теорії) та типологія лідерства
- 26 Стили керівництва
- 27 Харизма лідера/керівника
- 28 Теорія ієрархії потреб А. Маслоу
- 29 Трансакційний аналіз Е.Берна як спосіб комунікації.
- 30 Невербальні засоби спілкування.
- 31 Маніпуляції в масмедіа
- 32 Спіраль мовчання
- 33 Наративи та фрейми
- 34 Поняття про натовп. Основні підходи до аналізу масової поведінки у натовпі.
- 35 Чутки, паніка, робота журналіста у натовпі
- 36 Поняття конфлікту. Види конфліктів
- 37 Психологічний аналіз конфліктів
- 38 Особливості розвитку і вирішення конфліктів
- 39 Особливості висвітлення конфлікту журналістами.
- 40 Роль масмедіа у релігійних, владних, міжнародних конфліктах
- 41 Конфлікт: упередження, дискримінація, стереотип

- 42 Імідж у сфері журналістики
- 43 Типи, комплексний код та функції іміджу
- 44 Архетипічна основа іміджів
- 45 Місце і роль засобів масової інформації у формуванні корпоративного іміджу
- 46 Мода як засіб самовираження журналіста
- 47 Психологія реклами.
- 48 Психологічна стійкість журналіста: особисті ресурси у боротьбі зі стресом
- 49 Стадії та форми стресу.
- 50 Колективна травма та шляхи її подолання.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

- 1 Вальорска М. Агнешка. Діпфейк та дезінформація : практ. посіб. / Агнешка М. Вальорска ; пер. з нім. В. Олійника. К. : Академія української преси ; Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.
- 2 Вітюк Н.Р. Медіапсихологія : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Психологія». Івано-Франківськ : Симфонія форте, 2017. 112 с.
- 3 Гільде Сандвік, Йон Рісдаль, Як протидіяти маніпуляціям. Видавництво. 2021, 282 с.
- 4 Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів. Харків-Київ, 2006. 320 с
- 5 Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В. П. Дячук. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с.
- 6 Зражевська Н. Теорія медій та суспільства. Київ: [Київ. ун-т ім. Б. Грінченка], 2021. 192 с.
- 7 Іванова Т. Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу: навчальний посібник / за загал. ред. В. Іванова. Київ: Центр вільної преси, 2024. 178 с.
- 8 Кацавець Р.С. Психологія особистості. Навчальний посібник. Київ: Алерта, 2021. 134 с.
- 9 Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко— 2-ге вид. вип. і доп. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 146 с.
- 10 Кодекс етики українського журналіста / Затверджено НСЖУ 12.12.2013 р. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex>
- 11 Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420с.
- 12 Ложкін Г. В., Пов'якель Н. І. Психологія конфлікту: Теорія і сучасна практика. Навчальний посібник К., 2007. 416 с.
- 13 Максименко С.Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 272 с.
- 14 Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / за наук. ред. Л. А. Найдюнової, Н. І. Череповської. К. : Міленіум, 2014. 348 с.
- 15 Мельник Шерон, Стресостійкість Як зберігати спокій та високу ефективність у будь яких ситуаціях. К.: Сварог, 2024, 270 с.
- 16 Найдюнова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 244 с.
- 17 Найдюнова Л.А. Медіапсихологія воєнного часу: Електронний підручник. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології, 2022. 344 с.
- 18 Партико Н.В. Психологія конфліктів. Л.: Львівська політехніка, 2019. 190 с.
- 19 Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я.Є.Кальба. Тернопіль : Навчальна книга : Богдан, 2012. 208 с.
- 20 Сенченко М.І., Сенченко О.М. Мас-медіа, піар, як засоби маніпуляції. Ліра-К. 2022, 200 с.

- 21 Стороні М. Стресостійкість. Прості поради, як жити в сучасному світі/ Міту Стороні; пер. з англ. Олени Зайомської. Київ. Книголав, 2021. 272 с.
- 22 Татенко В. Соціальна психологія впливу : монографія. Київ : Міленіум, 2008. С. 183

Додаткові

- 23 Адізес І. Ідеальний керівник. Чому ним неможливо стати. Пер. з англ. Софія Опацька. К: Видавництво «Наш Формат», 2022. 288 с.
- 24 Адізес І. К. Стили хорошего і поганого менеджменту К. : Наш Формат, 2020. 224 с.
- 25 Бандурка О.М. Професіоналізм і лідерство/ОМ Бандурка, СП Бочарова, ЕВ Землянська. Харків: «Титул», 2006. 578с.
- 26 Баришполец О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації : монографія / О. Т. Баришполец ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 648 с.
- 27 Баришполец О. Чинники впливу засобів масової інформації на аудиторію. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=64&c=1448>
- 28 Бахвалова А. Особливості індивідуально-психологічних властивостей журналістів із різним рівнем успішності *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2021. Випуск 11. С. 16–22 *Visnyk of the Lviv University. Series Psychological sciences. Issue 11. P. 16–22* http://psy-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/11_2021/3.pdf
- 29 Беззубко Л. В., Зюнькін А. Г., Калина А. В. Управління трудовими конфліктами: Навч. посіб. К., 2004.
- 30 Богуш Л. А. Вплив медіа на формування громадської думки у світі https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/52.pdf
- 31 Бодріяр, Жан. Симулякри і симуляція / Пер. з фр. В. Ховхун. К.: Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2004. 230 с.
- 32 Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
- 33 Гоулман Д. Емоційний інтелект. Харків: Вид-во «Віват», 2018. 512 с.
- 34 Гоулман, Д. Емоційний інтелект лідера / Деніел Гоулман, Річард Бояціс, Енні Маккі. Наш формат, 2019. 288 с.
- 35 Губіна А.М., Нетреба М.М., Хлебнікова Т.М Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*. Київ, 2021. №11 (17). С. 258-269. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-11\(17\)-258-269](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-11(17)-258-269).
- 36 Губіна А.М., Кушнікова С. В., Загарійчук О.В. Феномен соціально-психологічної адаптації особистості до умов сучасності. *«Перспективи та інновації науки» (Серія «Психологія»*, No 11(16) 20, 2022 С. 292-301. DOI [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-11\(16\)-292-301](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-11(16)-292-301)
- 37 Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета: Учебное пособие. К.: Кондор, 2004. 234 с.
- 38 Дацишин Х. Мовні маніпуляції в заголовках інтернет-версії телевізійних новин (на прикладі інтернет-сторінки програми «ТСН»). Теле- та радіожурналістика. 2014. Вип. 13. С. 204–209.
- 39 Дмитровський З.Є. Телевізійна журналістика, Видавництво: ПАІС, 2009, 224 с.
- 40 Електронні інформаційні ресурси: 1. <https://link.springer.com/> (доступ до електронних ресурсів видавництва Springer. (англ., нім.), що містить архіви провідних світових періодичних видань з психології, соціальних комунікацій, журналістики тощо)
- 41 Етичний кодекс українського журно-реаліста https://ms.detector.media/profstandarti/post/9799/2011-04-22-etychnyy-kodeks-ukrainskogo-zhurno-realista/?utm_source=chatgpt.com
- 42 Жарков Я.М., Дзюба М.Т., Замаруєва І.В., ін. Інформаційна безпека особистості, суспільства, держави: Підручник. К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2008. 274 с. URL: https://mil.univ.kiev.ua/files/7_50255454.pdf (п.3.4, с.106-126).

- 43 Закалик Г. М., Шувар Н. М., Коропатов С. О. Психологічний вплив медіа-засобів на емоційну сферу молоді в умовах сьогодення *Південноукраїнський правничий часопис*, 2023. Вип 2, №2 С. 173-178 <http://sulj.oduvs.od.ua/archive/2023/2/28.pdf>
- 44 Зражевська Н. Теорія медій та суспільства. Київ: [Київ. ун-т ім. Б. Грінченка], 2021. 192с. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/45235/1/N_Zrazhevskaya_Posibnik_TMS_pravki_2_watermark_2022_FJ.pdf
- 45 Імідж в роботі журналіста http://ni.biz.ua/11/11_9/11_93537_imidzh-v-rabote-zhurnalista.html#google_vignette
- 46 Інтернет-портал Media Sapiens Онлайн ігри «Медіаграмотна місія» та «Медіаграмотність для громадян» <http://irex.mocotms.com/>
- 47 Кальба Я. Масифікація та її прояви в контексті сучасних телемедіа. Практична психологія та соціальна робота. 2010. № 4. С. 63–64.
- 48 Кальба Я. Мас-медіа й ідентичність: проблеми та виклики сьогодення (суб'єктно-вчинковий вимір) <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/47/908/2045-1?inline=1>
- 49 Карпенко Є.В. Психологія емоційного інтелекту в дискурсі життєздійснення особистості. дисс.... докт. психол. наук: 19.00.07 / ДВНЗ «Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника». Івано-Франківськ, 2020. 497 с. https://www.oa.edu.ua/doc/dis/karpenko_dis.pdf
- 50 Квіт С. Масові комунікації : підруч. для вузів. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
- 51 Киселюк Н.П., Губіна А.М, Мартинюк А.П. Лінгвотоксичність неологізмів у сучасних реаліях засобів масової інформації. Науковий фаховий журнал «Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»» № 1, 2022. С. 232-239 <http://academystudies.volyn.ua/index.php/humanities/issue/archive?fbclid=IwAR2sZS1kW>
- 52 Коваль А.Ш., Психологічні аспекти впливу засобів масової комунікації на свідомість громадян: безпека та збиток. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/6191/1/Koval.pdf>
- 53 Кодекс етики українського журналіста https://vseosvita.ua/library/kodeks-etiki-ukrainskogo-zurnalista-272197.html?utm_source=chatgpt.com
- 54 Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник. К.: ВД «Скарби», 2001. 265 с.
- 55 Костюченко О.М. Психологічні особливості соціальної перцепції майбутніх фахівців масових комунікацій. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія і педагогіка». 2009. Вип. 13. С. 252–263.
- 56 Кривцова М., Сорока, О. Покоління Z як потенційний сегмент ринку праці. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 27. DOI: <https://doi.org/10.32782/25240072/2021272>
- 57 Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: Підручник Вид. 2-ге, доп. виправ./ О. Є. Кузьмін. О. Г. Мельник . К.: Академвидав, 2007. 464 с.
- 58 Лебедь І., Білограць Х. Заголовки публікацій у ЗМІ на прикладі газети «День» і журналу «Країна». Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Журналістські науки». Львів, 2020. Вип. 4. С. 63–67.
- 59 Лебон Густав Психологія натовпу Видавництво: Арій : 2024, 272 с.
- 60 Маєр К, Журналістика: підручник / Маєр К.: пер. з нім. В.Климченка, В. Олійника / за загал. ред. В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300с.
- 61 Макс-Клатчі С. Будь лідером: вирішуй, плануй, дій. Х.: Віват, 2020. 208 с.
- 62 Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. К.: Главник, 2005. 96 с
- 63 Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. К. : Центр Вільної Преси, 2013. С.237-282.
- 64 Мельник Л. П. Психологія управління: Курс лекцій. К.: МАУП, 2009. 176 с.
- 65 Миронова О. М. Конфліктологія : навчальний посібник / О. М. Миронова, О.В. Мазоренко. Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. 168 с.

- 66 Міжнародна федерація журналістів. IFJ Global Charter of Ethics for Journalists. URL: <https://www.rcmediafreedom.eu/Tools/Legal-Resources/Legal-docs/IFJ-Global-Charter-of-Ethics-forJournalists>
- 67 Найдьонова Л. А. Розвиток медіаосвіти в територіальній громаді: шляхи подолання психологічних наслідків війни: методичні рекомендації [Електронне видання] / Л. А. Найдьонова ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2023. 68 с.
- 68 Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. У 2 книгах. Книга 1. Соціальна психологія особистості і спілкування : Навчальний посібник. / Л.Е. Орбан-Лембрик. К.: Книги-XXI, 2010. 464 с.
- 69 Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: Підручник. у 2-х кн. Кн.2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. К.: Либідь, 2006. С. 8 -110
- 70 Ороховська Л. А. Мас-медіа як складова людської комунікації. Вісник національного авіаційного університету: Філософія, Культурологія. 2011. № 1. с. 135 – 139.
- 71 Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навчальний посібник. Вид. 3-тє, вип., доп. / Ю.Ф. Пачковський. К.: Каравела, 2012. С.301 – 375.
- 72 Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання / Пер. з англ. Н. Лавськаої. К: Видавнича група КМ-БУКС, 2022. 416с.
- 73 Пірен М. І. Конфліктологія: Підручник. К., 2003. 360 с.
- 74 Потапчук Л.В. Психологічний аналіз ціннісних якостей особистості майбутніх журналістів. Актуальні проблеми психології. Том 10. 2013. № 23. С. 518–527.
- 75 Почепцов Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. К., 2000. 508 с.
- 76 Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів. Ред. В. Ф. Іванов. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с.
- 77 Редакційний менеджмент. <https://www.youtube.com/watch?v=Hjrg4eJ7kqc>
- 78 Синегуб П. Температурний режим компанії 36,6 / Петро Синегуб. Х.: Віват, 2021. 208с.
- 79 Скрипченко О. В. Загальна психологія: Підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. К.: Либідь, 2005. 464 с.
- 80 Стадник В.В. Менеджмент : Підручник. Вид 2-ге, випр., доп. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академвидав, 2007. 472 с.
- 81 Субашкевич І. Р. Формування медіаосвіченості студентської молоді: монографія / І. Р. Субашкевич. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 249 с.
- 82 Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
- 83 Уніат Н. М. Наратив як метод дослідження особливостей постановки життєвих завдань. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2011. Вип. 25. С. 112–121.
- 84 Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. К.: Академвидав, 2007. 608 с.
- 85 Хомаківський Є. І. Психологія управління. 5-те вид. перероб. та доп. Підручник. / Є. І. Хомаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар., К.: Центр учбової літератури, 2016. 492 с.
- 86 Яхно Т.П., Куревіна І.О. Конфліктологія та теорія переговорів: Навчальний посібник. ЦУЛ, 2021. 168 с.
- 87 Brown, Lillian, Newman, Edwin. Your Public Best, Second Edition : The Complete Guide to Making Successful Public Appearances in the Meeting Room, on the Platform, and on TV. HarperCollins Publishers, 2002, 240 p.
- 88 News Consumption Across Social Media in 2021. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-consumption-across-social-media-in-2021/>
- 89 Populit O. The phenomenon of media continuum. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації, 2021. 4(48), 10–17.

- 90 Staying up late reading scary news? There's a word for that: 'doomscrolling'. URL: <https://web.archive.org/web/20200414195526/https://www.businessinsider.com/doomscrolling-explainer-coronavirus-twitter-scary-news-late-night-reading-2020-4>
- 91 West R, Bailey K. The Oxford handbook of media psychology. 2019. <https://global.oup.com/academic/product/the-oxford-handbook-of-edipsychology-9780199394821?cc=ru&lang=en&>
- 92 West R, Bailey K. The Oxford handbook of media psychology. 2019. <https://global.oup.com/academic/product/the-oxford-handbook-of-edipsychology-9780199394821?cc=ru&lang=en&>
- 93 What Fact-Checkers Know About Media Literacy – and Students Should, Too. URL: <https://www.edutopia.org/article/what-fact-checkers-know-about-media-literacy-and-students-should-too/>
- 94 What is Media Psychology? And Why You Should Care: веб-сайт. URL: <https://www.apadivisions.org/division-46/about/rutledge-media-psychology.pdf>
- Інтернет ресурси*
- 95 https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnist_ta_kritichne_AUP24.pdf
- 96 <https://www.ecpmf.eu/the-recover-conference-how-russias-war-in-ukraine-changes-journalism/>
- 97 https://en.wikibooks.org/wiki/Managing_Groups_and_Teams/A_balance_between_management_and_leadership
- 98 https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/93550/1/Yevtushenko_Obraz_3_2023.pdf
- 99 <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Zhurnalist-i-nebezpeka.pdf>
- 100 <https://journals.sagepub.com/action/showPublications> (періодичні видання гуманітарного спрямування)
- 101 https://pidru4niki.com/1584072030634/psihologiya/psihologiya_osobistost
- 102 https://texty.org.ua/d/2023/youtube-recommendations/?src=read_next&from=113607 2023

ДОДАТКИ

Боротьба зі стресом

Соціально - психологічний тренінг

У наш непростий час зростають навантаження - інформаційні, емоційні, - що переростають у хронічну психотравмуючу ситуацію й постійне емоційне напруження. Стрес руйнує особистість, є причиною фізіологічних розладів.

Як же допомогти людині, яка опинилась в стресовому стані?

У літературі ми зустрічаємо багато вправ, рекомендацій для зняття психологічного напруження, зниження тривожності. Є багато маленьких хитрощів, які допоможуть людині впоратися з емоційним перевантаженням, зокрема:

1) поррахуйте до 10, та лише потім повертайтеся до травматичної ситуації;
2) простежте за своїм диханням. Повільно вдихайте й на деякий час затримайте дихання. Видихайте поступово, через ніс. Прислухайтеся до своїх відчуттів;

3) наберіть склянку води, та повільно випийте воду, сконцентруйтеся на своїх відчуттях води:

4) знайдіть якийсь невеличкий предмет і уважно розглядайте його не менше чотирьох хвилин, ознайомлюючись з кольором, формою, структурою так ретельно, щоб можна було уявити предмет із заплющеними очима;

5) подивіться на небо, розгляньте все, що Ви бачите на ньому (коли Ви в останній раз так пильно дивилися на небо?);

6) змочіть обличчя холодною водою;

7) вийдіть з того приміщення, де Вас «знайшов» стрес.

Для того, щоб ці методи допомогли, їх треба знати напам'ять і постійно виконувати. Та навряд хтось згадає про них у стані стресу. В складній ситуації ми забуваємо й простіші речі, ніж запропоновані тут прийоми «швидкої допомоги».

На жаль, дуже часто стан емоційної розгубленості, напружений психологічний стан, соціальна ізоляція супроводжують людину тривалий час. У цьому випадку саме тренінг може вирішити проблему адекватної самосвідомості особистості, допоможе подолати особистісну дисгармонію.

Програма тренінгу розрахована на дорослих і молодих людей, у яких спостерігаються ознаки стресового або конфліктного стану.

До тренінгової групи можуть входити:

- люди з низькою самооцінкою, високою тривожністю, невпевнені;
- люди, які потрапили в ситуацію, яка торкається проблеми сенсу життя людини і вимагає від них зміни пріоритетів, психологічної, філософсько-світоглядної, естетичної корекції особистісної сфери;
- люди, на яких постійно діють стресові фактори;
- потерпілі внаслідок природних катаклізмів;
- інваліди, люди з обмеженими можливостями;
- люди після розлучення.

Психологічний тренінг спрямований на розвиток особистості, усвідомлення своєї життєвої позиції, формування ефективних комунікативних умінь у процесі спілкування, отримання навичок самоконтролю та конструктивного вияву негативних імпульсів у поведінці.

Мета:

- психологічна корекція негативних особистісних утворень, які заважають підвищенню адекватності самосвідомості й знижують рівень соціальної та психологічної компетентності;
- зниження рівня ситуативної й особистісної тривожності;
- сприяння формуванню адекватної самооцінки,
- формування позитивної світоглядної позиції особистості.

Основні завдання:

- підкріпити позитивний образ «Я»;
- створити механізм конструктивних взаємовідношень із негативними імпульсами;
- розвивати емпатійні якості;
- створення умов для опрацювання учасниками тренінгу власних проблемних зон та переживання щоденності власних проблем (терапевтична дія);
- сприяти корекції негативних, агресивних проявів;
- формувати вміння самоаналізу, контролю над негативними емоційними проявами;
- виробити нові стратегії поведінки в психотравмуючих ситуаціях;
- оволодіти методами релаксації, спрямованими на зменшення почуття страху й стану підвищеної тривожності в емоційно травмуючих ситуаціях;
- формувати навички самопізнання й саморозвитку;
- поліпшувати суб'єктивне самопочуття й зміцнювати психічне здоров'я учасників тренінгу.

Підготовчий етап (2-3 години)

Мета підготовчого етапу: створення в групі психологічної атмосфери, сприятливої для самопізнання, розвиток гуманістичної позиції щодо себе та інших людей.

З самого початку роботи тренер інформує учасників тренінгу про те, що вони можуть отримати в процесі роботи у тренінговій групі.

Враховуючи, що взагалі, в групі перебувають люди з низькою самооцінкою, тривожні, невпевнені, тренер сам пропонує правила роботи в групі:

- Тут і тепер.
- Відвертість і щирість.
- Виступ від свого імені.
- Право тренера на припинення дискусії.
- Довірливий стиль спілкування.
- Свобода висловлювання.
- Конфіденційність усього, що відбувається в групі.
- Активність.
- Добровільний початок.
- Прийняття себе та інших.
- Безоціночність суджень.

Кожне правило пояснюється, якщо є така потреба.

ЗАНЯТТЯ 1

Вправа - привітання

Мета: сприяти встановленню контакту між учасниками групи та налаштуванню на роботу в групі.

Інструкція: один із учасників говорить привітання або комплімент у такій формі; «Привіт усім, у кого в цей момент хороший настрій!». Ті, кого стосуються ці слова, хором відповідають: «Привіт!». А якщо був сказаний комплімент, то ті з учасників, які вважають, що це стосується їх, хором відповідають: «Дякую!». Вправа повторюється декілька разів.

Розминка

Інструкція: нам потрібно спільно виконати одне завдання: якнайшвидше всім одночасно, не домовляючись і не вимовляючи жодного слова,

«викинути» однакову кількість пальців на обох руках. Виконувати його ми будемо в такий спосіб: я буду рахувати – раз, два, три – й на рахунок «три» всі одночасно «викидають» пальці. Якийсь час, достатній для того, щоб зрозуміти, чи справилися ми з завданням, не опускаємо руки. Якщо задача не вирішена, ми робимо чергову спробу. Зрозуміло? Давайте почнемо.

Вправа «Злови погляд»

Мета: активізування формування довіри та згуртованості групи, що сприяє оптимізації роботи.

Інструкція: учасники стоять у колі, очі опущені донизу. За командою ведучого всі підводять очі, намагаючись зловити погляд когось із учасників. Завдання: якнайшвидше знайти поглядом свою пару. Ті, хто зустрівся поглядами, виходять із кола.

Вправа «Твір - казка»

Мета: об'єднати слухачів, допомогти їм відчувати внутрішній зв'язок із усіма, підвести до позитивного сприйняття себе.

Інструкція: напишіть казку про своє життя. За бажанням учасників казки розповідаються.

Завдання для тренера: зауважити, чи є в казці нещасливі моменти, які причини їх появи, що заважало герою боротися з неприємностями. Звернути увагу на низьку чи завищену самооцінку, невпевненість – як риси характеру, які заважають вирішенню проблем».

Вправа - проєктивний малюнок «Що мене обурює?»

Мета: стимулювати спонтанний прояв негативних почуттів і станів, усвідомити їх зміст та причини, виділити особистісно значуще, суттєве.

Інструкція: візьміть аркуші паперу, кольорові олівці, намалюйте малюнок, зміст якого відповідає на запитання: «Що мене обурює?». «Чого я боюся?». Потім потрібно буде розказати всім членам групи, що саме й чому вони намалювали.

Обговорення: кожен учасник описує свої малюнки. Після цього інші члени групи можуть його запитувати щодо змісту малюнків та висловлювати своє бачення їх змісту.

Вправа - гра «Тух – тобі - дух»

Інструкція: «Встаньте й утворіть коло. А тепер пригадайте свій стан, коли Ви сердиті, й уявіть собі, що зараз знаходитеся саме в тому стані. Тепер потрібно

рухатися всередині кола, ні з ким не розмовляючи, при цьому мати сердитий вигляд обличчя. Єдине, що можна сказати один одному при зустрічі – три рази повторити слово «Тух – тобі - дух».

Обговорення: чи змінився Ваш настрій після участі в грі? Що відбувається зі злістю, коли нам стає весело? Як Ви вважаєте, чи можна керувати своїм настроєм під час виникнення негативних емоцій.

Вправа «Відпускання каміння»

Мета: знизити рівень ситуативної та особистісної тривожності, використовуючи методи експресивно - емоційної дії.

Інструкція: сідайте зручно. Розслабтеся. Уявіть собі апельсин, його колір, склад і запах. Зніміть з нього шкірку відломіть дольку й відкусить шматочок, відчуйте, яка вона на смак. Потім поверніться в уяві назад так, щоб знову побачити цілий, нечищений апельсин.

Уявіть собі, що Ви стоїте у гірській річці з дуже швидкою течією. Щоб Вас не відніс стрімкий потік, Ви тримаєтеся за великий камінь – схопіть його і напружтеся. Слухайте притчу, намагаючись утриматися за камінь.

Притча: у Ричарда Баха в «Ілюзіях» один із героїв розповідає притчу про підводних жителів. На дні річки з дуже швидкою течією жили істоти, схожі на людей, тільки могли дихати під водою. Все своє життя вони проводили там, чіпляючись за велике каміння, що лежало на дні. Таким чином, стримуючись від швидкої течії, вони народжувались, їли, кохали та помирали. Вважалося, що той, хто відпустить камінь, обов'язково загине, його понесе стрімкий потік води. Та все ж таки один із них відпустив свій камінь, але не загинув, а поплив за течією. Йому зустрілись інші такі ж поселення, в яких люди проводили своє життя так, як у його рідному поселенні. Вони дивувалися: «Дивіться! Він літає! Це надлюдина!». На що

«надлюдина» відповідала: «Це не так, я така Людина, як і Ви. Просто відпустіть Ваші каменюки, й ми полетимо». Але ніхто не відважився зробити так як він... Ваш камінь – це Ваш страх. Відпустіть його (учасники відпускають свої камені, напруження спадає, всі розслабляються).

Вправа «Вільний»

Мета: через уявлення екстремальної ситуації побачити нові цілі, які могли бути вкриті маревом умовностей і застарілих ілюзій.

Інструкція: зараз Ви будете переживати щось подібне на шок. І це, можливо, допоможе Вам подивитися на своє життя по-новому. У кожного з нас є багато бажань і цілей. Деякі з них ми усвідомлюємо. Про інші ми здогадуємося, але тримаємо їх у таємниці. Є ще частина наших бажань, яка ховається, мабуть, у найтемніших куточках нашого несвідомого. А що буде, якщо ми станемо більш чітко й ясно розуміти наші бажання й цілі?

Уявіть собі, що Ви проковтнули чарівну пігулку, яка на деякий час знімає всі правила й моральні норми, якими Ви користуєтеся. Ви звільняєтесь від нерішучості, тривожності, внутрішньої цензури й будь-якого зовнішнього тиску. Дія чарівної пігулки продовжується протягом тижня. Що Ви будете робити весь цей час? Що будете говорити? Як будете виглядати? Як буде виглядати Ваше життя? Як будете

себе почувати? Напишіть, як би Ви прожили цей тиждень. Ви маєте на це 15 хвилин.

А тепер подумайте, що Ви зробили б із того, що записали, без чарівної пігулки? До якої мети Ви йдете без неї? Залишіть свої думки.

Вправа «Човник»

Мета: підкріплення почуття довіри до оточуючого світу.

Інструкція: всі учасники стають у коло, міцно тримаючи за край широку тканину. По черзі учасники групи лягають усередину імпровізованого «човника», де можуть відчутися на хвилях моря. Група обережно підіймає «човник» і плавно гойдає. Кожний учасник має побувати всередині «човника», там він має максимально розслабитися, довіритися «хвилям».

По закінченню вправи кожен учасник групи діляться своїми враженнями, відчуттями, обговорюючи, наскільки партнерам по взаємодії вдалося порозумітися, що цьому сприяло.

Вправа «Позитивні висновки»

Мета: дати можливість кожному учаснику спостерігати протягом декількох днів за іншими учасниками групи, звертаючи увагу, насамперед, на позитивні сторони їх поведінки.

Інструкція: ми часто звертаємо увагу на негативні особливості інших людей і не бачимо їх позитивних якостей. Тому я пропоную кожному з нас спробувати спостерігати за іншим учасником групи, звертаючи увагу на його позитивні риси. Для Вас є конверти, в яких лежить картка з іменем учасника, за яким Ви будете спостерігати, і нікому це ім'я не називайте. Спостерігати треба буде на протязі усіх занять. Вам необхідно якомога конкретніше записувати все, що сподобалося в поведінці людини, за якою Ви спостерігаєте. При цьому акцентуйте увагу на конкретній дії й засобах поведінки, не вживайте шаблонів.

Наприкінці тренінгових занять учасники повинні будуть коротко розповісти про свої спостереження й, таким чином, дати можливість зворотного зв'язку. Для вправи потрібні конверти і картки з написаними на них іменами учасників.

ЗАНЯТТЯ 2

Вправа - гра «Приємні літачки»

Мета: «розігріти» групу, створити позитивну атмосферу для спілкування

Інструкція: учасники групи відсилають один одному літачки з написаними на них компліментами. Виграє той, хто спіймає найбільшукількість літачків. Учасник, який отримав літачок, повинен відреагувати на комплімент (прийняти його, використовуючи невербальні засоби).

Вправа «Баржа»

Мета: розвиток швидкості мислення й навичок володіння собою в ситуаціях одночасної дії дефіциту часу й оцінки оточуючих.

Інструкція: зараз ми всі займемося важкою фізичною працею – будемо вантажити баржу. Робити це будемо таким чином: я назву одну з букв українського алфавіту й якесь слово, що означає предмет, який може бути завантажений на баржу.

І кину м'яч комусь із нас. Той, у свою чергу, називає предмет, який розпочинається з тієї самої букви. й відправляє м'яч далі.Робити це треба швидко, щоб завантаження йшло без затримки й за участю всіх присутніх. Інколи ми будемо змінювати букву. Обмеження: на баржу не можна вантажити те, що не може буде на ній перевезене: астероїди, айсберги.Під час зупинок ведучий може попросити учасників, у яких є що «завантажити» на баржу, підняти руки й назвати три предмети для завантаження. Ведучий обов'язково бере участь у грі.

Вправа «Сенс життя»

Мета: усвідомлення сенсу й цінностей свого життя. Порівняння їх зцінностями інших учасників.

Інструкція: учасникам пропонується написати твір на тему «Про сенс життя». Наприкінці заняття проводиться бесіда за матеріалами творів, якамає на меті допомогти учасникам глибше усвідомити свої проблеми. Нова письмова робота, виконана через інтервал (на наступних заняттях) єприводом для нового обговорення. Ця вправа може повторюватися декілька разів протягом тренінгу.

Вправа «Подолання дихотомії»

Мета: розвиток гнучкої оціночної позиції.

Інструкція: ми часто використовуємо оцінки «гарно-погано», які є відносними. Я хочу сказати, що у всякому поганому можна знайти гарну рису й навпаки.

Учасникам роздають на листочках невеличкі описи, на перший погляд негативних ситуацій. їхня задача – знайти в цих описах щось гарне.

Вправа «Гарно–погано»

Мета: розвиток уміння бачити в одному й тому ж предметі, явищі протилежні якості, дивитися на одні й ті самі явища з протилежних точок зору.

Інструкція: тренер пропонує учасникам групи розділити чистий аркуш навпіл і і записати в правій частині все гарне, а в лівій –погане, що на їх погляд відноситься до слів, які зачитує тренер:

- зима, літо, осінь, весна;
- дощ, сніг, сонце, вітер, вогонь;
- ніж, тарілка, скло, праска;
- олівець, парта, школа, оцінка;
- сміх, сльози, крик, шепіт;

Після виконання вправи учасники обговорюють записані відповіді.

Психогімнастика "Вище–нижче»

Мета: усвідомити та реалізувати особистісні зміни та способи реагування на домінантні стимули, розвивати впевненість в собі.

Інструкція: встаньте, будь - ласка, в колі. Зараз я пропоную трохи порухатися всередині кола, але з певною установкою. Спочатку уявіть собі, що Ви пануєте над усіма людьми, що Ви набагато розумніший, привабливіший за інших, Інші навіть не варті Вашої уваги. Відчуйте, що відбувається з Вашим тілом, обличчям, настроєм, коли Ви це уявляєте, як змінюються Ваші рухи та ставлення до інших людей? Походіть у цьомустані.

А тепер уявіть собі, що Ви – найгірша людина в цій кімнаті, найнеуспішніша, найбідніша, найнепривабливіша. Як тепер змінюється Ваш настрій, положення тіла, ставлення до інших? Походіть у цьому стані.

А тепер уявіть себе рівним серед рівних, кожен – і Ви також! – унікальна особистість, варта поваги та уваги. Як Ви почуваетесь тепер? Порухайтесь в цьому стані.

Обговорення. Що Ви відчули під час виконання цієї вправи? Як змінювався Ваш настрій та ставлення до інших людей? У якому стані звичніше перебувати? У якому приємніше? Чому?

Вправа - проєктивний малюнок

«Начальник та підлеглий»

Мета: виявляти спонтанні домінуючі прагнення та настановлення, усвідомлювати їх зміст, відшукувати особистісно значущі компоненти.

Інструкція: візьміть аркуш паперу, олівці й намалюйте, як Ви уявляєте собі взаємодію начальника та підлеглого. Після закінчення цієї роботи, за бажанням, покажіть Ваш малюнок та розкажіть про його зміст.

Обговорення. Що нового, незвичайного, цікавого Ви побачили на малюнках Ваших товаришів та почули під час обговорення? Що Ви відчули, коли спостерігали реакцію інших членів групи на Ваш малюнок? Чи є щось спільне для всіх зображень?

Вправа «Бесіда про поведінку: впевнену, агресивну й невпевнену»

Мета: визначити різницю між впевненою, агресивною й невпевненою поведінкою.

Інструкція: багато хто з пасивних людей не хоче бути впевненим, так як вважає, що їх поведінку можуть сприймати як агресивну. Агресивні люди часто бояться, що недостатня з їх боку агресивність буде сприйматися як пасивність. Впевнена поведінка – є тою золотою серединою. Але як відрізнити ці види поведінки?

Впевнена (асертивна) поведінка. Мета впевненої поведінки – чесно, ефективно й прямо висловлювати свої думки й бажання. Треба зазначити, що в цьому випадку людина відстоює свої права, не порушуючи прав оточуючих.

Агресивна поведінка. Її мета – домінувати, ображати, знищувати, принижувати й маніпулювати (людина, яка поводить себе агресивно, може навіть не усвідомлювати цього). Люди, які поводяться агресивно, відстоюють свої права за рахунок інших.

Пасивна поведінка. Мета пасивної поведінки – догодити оточуючим, уникнути конфлікту. Людина хоче здаватися оточуючим приємною і ховає свої почуття. Люди, які ведуть себе пасивно, не висловлюють свого незадоволення й не відстоюють своїх законних прав. Отже, їх права часто ігноруються іншими людьми. Це може привести до гніву, який стримують і до образи, що періодично проявляється вибухами вербальної або фізичної агресивної поведінки.

–Як Ви вважаєте звідкіля береться пасивна поведінка?

Коментар для тренера: іноді невпевнена поведінка розвивається тому, що в минулому карали за впевнену поведінку. Невпевнена поведінка часто позитивно закріплюється. (Ваші друзі схвалюють Вас за те, що Ви робите, як їм потрібно). Невпевнена поведінка дозволяє нам уникати неприємного негативного збудження.

Групова бесіда «Найкраща поведінка – асертивна

Мета: ознайомитися з правилами асертивної поведінки.

Інструкція 1: прочитайте, що таке асертивність. Дайте характеристику асертивної людини.

Асертивність (assertive–англ. – впевненість у собі, своїх домаганнях) – це здатність особистості відкрито й вільно заявляти про свої бажання, вимоги й домагатися їхнього втілення. Це вміння оптимально реагувати на зауваження, справедливу та несправедливу критику й рішуче говорити собі й оточуючим «ні», коли цього вимагають обставини. Не опанувавши основи асертивності, важко домагатися свого, незважаючи на труднощі, та, коли це потрібно, змінювати тактику своєї поведінки.

Людина, що веде себе асертивно, може чітко й ясно сформулювати, про що йде мова, якою вона бачить ситуацію. Її відрізняє позитивне ставлення до інших людей і адекватна самооцінка. Вона не приховує, що їй відомо, наскільки справедлива й реальна її вимога. Вона показує, що в шанованій або протилежній стороні немає інших інтересів, окрім як позитивно вирішити дане питання. Вона досить впевнена в собі, вміє слухати й інших і йти на компроміс. Вона здатна змінити точку зору під тиском аргументів. Априорі вважаючи інших людей порядними, вона не соромиться попросити про послугу і, зі своєї сторони, теж готова зробити люб'язність.

Для асертивної поведінки індивіда характерний спокій, врівноваженість. Створюється враження, що йому (його вербальним і невербальним проявам) невластива напруженість. Мова такої людини виразна й зрозуміла. Темп мови – рівномірний. Погляд – відкритий, не бігає. Людина, що веде себе асертивно, створює навколо себе сприятливу ауру. Від неї віє впевненістю, вона нічого не навіює собі задалегідь. Якщо у неї щось не виходить, вона не звинувачує в невдачі інших людей. У випадку невдачі така людина здатна переконати себе начебто це, власне, успіх. Вона поважає моральні принципи й не вважає аморальну поведінку асертивною.

Інструкція 2: познайомтеся з правилами асертивної поведінки, які сформулював доктор Фенстерхейм:

–у Вас є право робити все що завгодно, доки це не заважає іншим;

–у Вас є право підтримувати почуття своєї гідності шляхом асертивної поведінки – якщо вона навіть торкається когось іншого –до того часу, як Ви станете агресивним;

–у Вас є завжди право звернутися до іншої людини з проханням або ввічливою вимогою до того часу, коли Ви розумієте, що той другий чітко говорить «Ні». Ви ясно розумієте, що в ситуаціях міжособистісних стосунків існують деякі межові випадки, де права сторін незрозумілі, але у Вас завжди є право обговорити проблему з втягнутою в це людиною й, таким чином, прояснити ситуацію; –у Вас є право добиватися реалізації своїх прав.

Вправа «Крок–раз!»

Мета: створення позитивної атмосфери.

Учасники групи стають у широке коло, тримаючись за руки. Кожен по колу говорить: «Сьогодні я...(навчився, відчув, зрозумів тощо)». І вся група робить крок уперед. Після промовляння всіх досягнень коло має стати щільним.

ЗАНЯТТЯ 3

Вправа - привітання

Мета: сприяти встановленню контакту між усіма учасниками та їх налаштуванню на роботу в групі.

Інструкція: хтось називає ім'я одного з учасників. Той, чие ім'я назване, має сказати: мені здається, що ти хочеш сказати мені... – й сказати те, що, найого думку, хотів повідомити йому учасник, який назвав його ім'я. Після цього перший учасник каже або: «Так, саме це я й хотів тобі сказати», або:

«Ні, я хотів сказати, що...» – і продовжує. Успіхом у грі вважається ситуація, коли учасник здогадується, про що саме хотів сказати його товариш.

Вправа «Домалюй картину»

Інструкція: «Давайте разом усі намалюємо картину. Я візьму уявне полотно й намалюю на ньому щось, потім передам це полотно учаснику, який сидить ліворуч від тренера. Він візьме його й намалює на ньому те, що йому захочеться й скаже нам, що він намалював, потім передасть картину далі. Тренер «бере» удаване полотно в рамі й говорить: «Я беру полотно й малюю на ньому лінію обрїю», й передає майбутню картину учаснику, що сидить ліворуч тренер запам'ятовує, що намалював на картині кожен учасник, побувавши в кожного, картина повертається до тренера, він говорить: «Тепер я тримаю в руках цю картину й бачу на ній лінію обрїю, що намалював я...» Далі тренер проговорює те, що намалював кожен учасник групи, називаючи його ім'я й звертаючись до нього в цей момент. У результаті проведення цієї вправи в групі виникає позитивний емоційний настрій, створюється єдність.

Вправа «Невдача і помилка як стимул для саморозвитку»

Інструкція: помилка чи невдача часто справляє позитивний ефект на подальшу діяльність людини, спонукає її докладати більше зусиль, сприяє набуттю досвіду тощо.

Але невдача може й негативно впливати на мотивацію діяльності. Часто людина не наважується розпочати чи продовжити діяльність, бо боїться припуститися помилки чи зазнати невдачі. Такий стиль поведінки особливо характерний для людей, які прагнуть у своїй діяльності уникнути невдачі. Вони хворобливо сприймають кожен поразку чи промах, вважаючи (й часто цілком безпідставно), що невдача – це свідчення їх безпорадності й відсутності здібностей.

Тому дуже важливо сприймати свої невдачі та помилки як необхідний компонент навчання й розвитку. Слід усвідомити, що аналізуючи причини невдач і працюючи над своїми помилками, ми можемо вдосконалити свої здібності. Все залежить від нас самих, адже можна отримувати безліч невдач

і припускатися багатьох помилок, але не вчитися на них. Коли людина не вдається до ретельного аналізу своїх помилок та недоліків, коли не змінює методів своєї роботи, то користі від таких невдач і помилок буде мало. Значно краще, коли ви не лише аналізуєте помилки та причини невдач, а й виробляєте нову стратегію, виконуєте систему вправ, спрямованих на усунення недоліків і розвиток певних навичок та здібностей.

Людина повинна прагнути до того, щоб час від часу влаштовувати собі випробування, й бути вдячним Богу, обставинам, людям, коли така нагода трапляється. Адже кожна невдача – це стимул для саморозвитку, це можливість

вдосконалювати свої здібності а змінитися на краще. Після невдачі, відчуття що щось не так. людина більшою мірою схильна змінювати свій стиль і методи роботи. Поразка спонукає міркувати над тим, як оптимізувати свою діяльність і вдосконалювати певні здібності та навички.

Проаналізуйте свою невдачу. Поміркуйте і запишіть, яка користь від цієї невдачі, чому вона навчила Вас. які висновки Ви зробили зі своїх помилок.

Часто трапляється, що людина, припустившись помилки, боїться визнати її, не наважується поговорити з іншими про свої слабкості. Не визнаючи своїх помилок та недоліків, людина зменшує свої можливості вдосконалюватися та долати свої слабкості.

Чому так важливо обговорювати власні помилки та недоліки з компетентними людьми? По-перше, може виявитися, що Ви перебільшуєте значущість своїх помилок, недоліків і вад. По-друге, при обговоренні та аналізі Ваших помилок інші люди можуть дати Вам цінні поради та допомогти усвідомити свої слабкості, виробити методи їх подолання. По- третє, часто інші люди можуть надати Вам мотиваційний заряд, спонукати дороботи над своїми помилками й недоліками. Часто трапляється, що поспілкувавшись з іншою людиною й обговоривши з нею свої проблеми, Ви натхненням поринаєте в роботу над виправленням своїх недоліків. З розумними й компетентними людьми обговоріть дві свої помилки й два своїх недоліки, без страху їх визнати. Сприймайте поради критично, але деякими з них скористайтеся. Запишіть поради, якими Ви спробуєте скористатися, свої міркування та плани.

Чи вчитеся Ви на своїх помилках? Назвіть кілька своїх помилок та усвідомте, що Ви змогли зрозуміти, чого вони Вас навчили. Чи Ви їх повторювали? Проаналізуйте, як Ви працювали над своїми недоліками. Наскільки ефективним є такий метод? Що можна змінити?

Вправа «Не помиляється той, хто нічого не робить»

Інструкція: незважаючи на банальність цього вислову, слід визнати, що справді активні люди припускаються більшої кількості помилок, але вони частіше досягають успіху, ніж пасивні.

Слід усвідомлювати, що помилок і невдач не варто лякатися; над ними необхідно працювати, оскільки вони дуже корисні як матеріал для самовдосконалення й стимул до діяльності.

І, нарешті, останнє. Добрий настрій приходить через шлунок. Якщо у Вашому раціоні багато вуглеводів - хліба, картоплі, горіхів, Ви матимете чудовий настрій.

Завжди треба вміти осмислити або усвідомити свій стан. Під впливом стресу ми схильні все оцінювати негативно, піддаватися песимізму й апатії. А варто насамперед проаналізувати, чи ситуація така критична, як Ви собі про неї думаєте. І виявиться, що все набагато простіше, а підстав для поганого настрою не так багато або й узагалі немає.

(Шеремет О. Вийдемо зі стресу разом // Психолог. - 2007. - №23-24(263-264).- С.17-24).

Підбиття підсумків

Підбиття підсумків проводиться у формі анкетування.

Анкета

Ви пройшли курс занять із методики подолання стресу. Будь - ласка, дайте відповіді на запропоновані нижче запитання. Вони допоможуть удосконалити тренінг для наступних учасників. Вдячні за співпрацю!

1. Чи багато нового Ви дізналися про особливості боротьби зі стресом? 2. Яка інформація була для Вас особливо корисною?

3. Які вправи та види роботи сподобалися Вам найбільше?

4. Чи покращився після цього тренінгу Ваш стиль спілкування з іншими людьми?

5. На які запитання з проблем боротьби зі стресом Ви не отримали відповіді? Поділіться своїми враженнями від проведених занять.

Психологія масмедіа. Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми Медіакомунікації та PR, галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини, спеціальності С7 Журналістика денної та заочної форм навчання/ уклад. А. М. Губіна. Луцьк : Відділ іміджу та промоції ЛНТУ, 2025, 136 с.

Комп'ютерний набір

А.М. Губіна

Підп. до друку 2025р.
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. ____ . Обл.-вид. арк.
Тираж ____ прим.

Відділ іміджу та промоції
Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ВІП ЛНТУ