

РОЗДІЛ 5. ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ ПСИХОЛОГА З НАСЕЛЕННЯМ ЧЕРЕЗ ДРУКОВАНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У КРИЗОВИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ УМОВАХ

Внаслідок гібридної війни, одним із основних напрямів якої є жорсткий, агресивний інформаційний наступ з боку країни-агресора і непатріотичних прошарків суспільства, гостро постала потреба у соціально-психологічній підтримці і супроводі громадян не лише у процесі прямої, безпосередньої психотерапевтичної допомоги, а й через вітчизняні ЗМІ.

Українські вчені активно досліджують питання психологічної допомоги різним категоріям постраждалих від воєнних дій та медіа-впливу для збереження психічного здоров'я громадян, а також особливостей спілкування, використовуючи різні джерела масової інформації (З.Г. Кісарчук, Л.А. Найдьонова, Т.М. Титаренко, Н. І. Череповська та ін.). За останні роки збільшилась кількість робіт, в яких розкриваються питання впливу тексту на свідомість людини, питання діалогу як співтворчості, продуктивної взаємодії, а також авторської і читацької компетентності (В.В. Андрієвська, Г.О. Балл, В.В. Різун, Н.В. Чепелева та ін.). Дослідження і втілення в теорію і практику психологічної допомоги наукових розробок із зазначених тем саме по собі вже має вагомим значення. Втім можна констатувати відсутність напрацювань щодо особливостей впливу психолога на громадян України опосередковано, через друковані ЗМІ (ДЗМІ), що забезпечувало б особистісний розвиток людини в кризових умовах. Адже преса, зокрема друкований, буквений текст, є «більш аналітичною, ніж радіо і телебачення, оскільки вона потребує сильних аргументів для переконання читачів і більшою мірою “працює” з розумом аудиторії» [33, с. 49]. До друкованих ЗМІ відносяться й ті, які розміщують психологічні тексти на інтернет-сайтах.

Мета дослідження – визначити особливості стосунків «психолог-населення» через ДЗМІ у кризовому соціокультурному середовищі. **Завдання дослідження:** з'ясувати коло проблем населення України, які можуть бути обговорені і розв'язані за допомогою ЗМІ, зокрема друкованих; виявити особливості діалогічної взаємодії медіа-психолога і населення, а також особистісної автономності, яка впливає на якість і результат психологічної допомоги; окреслити перспективи спілкування "психолог-населення" через друковані засоби масової інформації. **Методи дослідження:** теоретичний аналіз наукових джерел; вивчення продуктів діяльності читачів (листів громадян до редакцій вітчизняних газет) з метою вивчення актуальної проблематики для населення; анкетне опитування громадян щодо їх схильності до діалогу з медіа-психологом, і редакторів друкованих видань стосовно їх вимог до діалогічності текстів, які виходять із друку (або розміщаються на інтернет-сайті); вивчення якості автономності редакторів і громадян, яка сприяє діалогічності стосунків між психологом і населенням (тест Г.С. Пригіна «Автономність-Залежність»). До аналізу даних емпіричного дослідження було застосовано методи кількісної і якісної обробки, методи математичної статистики. Дослідженням у цілому було охоплено 100 осіб.

5.1. Мас-медійне спілкування з громадянами у кризовому середовищі як психологічна проблема.

Загальна характеристика. До засобів масової інформації (ЗМІ), засобів масової комунікації (ЗМК), мас-медіа (Mass media) належать: преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі тощо. За типом ЗМІ є друковані чи електронні. Існує думка, що традиційні ЗМІ чекає свого роду мутація та злиття з Інтернетом (І.А. Биков), який в українських умовах є серйозною альтернативою офіційним джерелам інформації (В.І. Терещук). До мережевих ЗМІ відносять інтернет-газети, інтернет-журнали і новинні сайти (О.О. Коцарев), які представляють сучасні текстові засоби масової інформації (О.Д. Кузнецова)

[цит. за 18]. ЗМІ, які можуть приймати різні форми, стосуватись різних груп людей та бути зорієнтованими на різні теми, об'єднує наступне: звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям рівночасно, корпоративний зміст створення і розповсюдження інформації. Інформація, що подають сучасні ЗМІ, є завжди затребуваною. Коли в отриманні значимої інформації, у поясненні щодо подій і явищ є певний дефіцит, або до якоїсь теми є незвичайна цікавість, люди самі звертаються до ЗМІ: телефонують на телебачення чи радіо, пишуть листи.

Так, ми провели якісний аналіз 52-х *листів громадян з різних міст і областей України* до редакції однієї з центральних вітчизняних газет, який дозволив виявити такі основні напрямки «запитів» населення: соціальна нерівність і несправедливість в країні («багато бідних», «одним все, іншим – нічого»); турбота про захисників Вітчизни («Чому не підтримують бійців, що позубулися здоров'я, родин, які втратили захисника?»); проблеми житла (біженці, а також громадяни мирних територій, у яких кепські життєві умови); незадовільний стан медичного обслуговування («Поки не заплатиш – не отримаєш медичну допомогу», «дорогі ліки», «погано лікують»); виховання й освіта дітей («В який садочок вести дитину?», «незадовільна освіта у школі чи гімназії», «побори»); власна професійна невлаштованість людей працездатного і пенсійного віку («Як знайти місце роботи і не бути звільненим?»). Такі загальні питання викривають цілу купу конкретних наболілих психологічних проблем, а саме: невпевненість у сьогоднішньому і завтрашньому дні для себе і своїх дітей, розчарованість, страх злиднів і хвороб, незахищеність, втрата ціннісних орієнтирів і потреба у психологічній підтримці. Подібні та інші проблеми у людей виникали і раніше, але набувають загостреного характеру у кризових соціокультурних умовах, бо викликані складними, несприятливими життєвими обставинами. Так, ще до подій на Майдані і воєнних дій на сході країни, і на сьогоднішній день переживання кризи супроводжується такою симптоматикою, як: спустошеність, безнадійність, знецінення життєвих здобутків, руйнування життєвих цінностей, почуття провини, соціальна

відчуженість тощо [1; 32; 34; 39]. Якщо говорити про дітей і підлітків, то наше бліц-опитування показало, що їх тривожать такі питання: «Чому йде війна?», «Я не хочу, щоб загинув мій тато», «Як допомагати матері, коли батько інвалід?», «Ми всі вмиремо?», «Чому мама з татом, який повернувся з війни, сваряться?», «Не ходжу у спортивну секцію через відсутність грошей у батьків», «Боюсь виходити на вулицю». Для молоді важливо знати: «Які справжні причини того, що відбувається в країні?», «Як жити далі? Чи є майбутнє», «Як навчатися і отримувати професію?», «Чи треба йти в армію?», «Як жити в іншому, не рідному, місті?», «Кому можна довіряти?», «Як і де заробити на життя?», «Чи є у світі справжня любов і справедливість?» та ін.

Отримані дані підтверджені і конкретизовані результатами анкетного опитування. Основними темами, на думку наших співвітчизників, які є актуальними і можуть бути висвітлені у ЗМІ психологами названі: проблеми виживання, розуміння ситуації, надії на майбутнє для себе і своєї родини, самопомоги і взаємодопомоги у стресових ситуаціях, питання освіти і працевлаштування. Серез особистих проблем на перших місцях виступають: фізичне і психічне здоров'я, робота, кар'єра, взаємини з батьками і дітьми, дружинами і чоловіками, проблеми взаємопідтримки, співчуття, духовного розвитку та ін. Отже, у цілому, можна говорити щонайменше про три види цінностей українських громадян, на які меда-психологу варто зосередити увагу: вітальні (питання виживання, безпеки, здоров'я), соціальні (сім'я, соціальна рівність, освіта тощо) і духовні цінності (любов, добро, довіра, жертівність тощо). Важливо, коли всі ці види цінностей охоплюються фахівцями, оскільки насправді поєднують різні сфери переживань людини. Актуальні теми мають бути розкриті на шпальтах газет, сторінках популярних і науково-методичних журналів, не кажучи вже про телебачення, інтернет, радіо і т.д., а також за необхідністю обговорюватись під час безпосередніх, прямих зустрічей психолога і клієнта.

Завдяки різноманітним формам масової комунікації індивід отримує можливість усвідомлювати свою єдність із суспільством, відчувати себе не-

від'ємною частиною людства. Така людина спроможна активно і творчо змінювати себе і своє оточення, але може, піддавшись руйнівному маніпулятивному впливові, прямувати хибним шляхом. Адже маніпулятор точно визначає «слабкі місця» особистості, враховуючи її страхи, сумніви, проблеми, а також приналежність до певної групи людей, їх інтереси, прагнення, сподівання, політичні та інші настрої. Механізми впливу ефективно діють там, де вони не зустрічають опору, де людина «дозволяє» маніпулювати собою, покладаючись не на власні переконання, особисту відповідальність, свою совість, пошук істини, а на зовнішній авторитет. Таке некритичне підпорядкування впливовим людям, чужій думці, у свою чергу, провокує деградацію особистості, нівелювання, а то й знищення її здатності бути суб'єктом свого і суспільного життя. Адже, як свідчать наукові дослідження, у навіюваної людини зменшуються індивідуальні розумові здібності, уніфікуються інтереси, відчуття та мислення, що ще більше уможливорює маніпулювання її свідомістю та поведінкою [37, с.13], а значить все дужче сприяє деградації особистості.

Нагальною потребою громадян є отримання не лише інформації про психологічні стани і суспільні явища, а й фахової допомоги у пошуку і відновленні власних ресурсів у подоланні життєвих криз, спричинених війною, в опиранні маніпулятивним, дезорієнтуючим, руйнівним технологіям, які використовуює через інформаційні канали сторона-агресор. Попри те, що опитані нами українці у цілому незадовільно оцінюють якість психологічної допомоги, бажають отримувати її: у процесі очної зустрічі з психологом – 53,8 %, через текстові, друковані видання ЗМІ (преса, інтернет-сайти, посібники тощо) – 42,3 %, через Телефон довіри – 3,8 % респондентів. Як бачимо, частка ДЗМІ у цьому переліку джерел психологічної допомоги є значною, а отже необхідність розгляду поставленої у розділі проблеми є беззаперечною. На Рис. 5.1. видно, яку популярність у опитаних громадян має те або інше джерело отримання психологічної допомоги і оцінка його ефективності. Так, лідером за показниками є «Виступи і лекції в Інтернеті», а аутсайдером – «По-

пулярні журнали». Зауважимо, що найвища оцінка ефективності психологічної допомоги – 4,7 – дісталася «Виступам і лекціям в Інтернеті», але це тільки середній бал, зважаючи на те, що оцінювання джерел здійснювалось за 10-ти бальною шкалою. Вірогідно, очну зустріч з фахівцем, або довірчу розмову по Телефону довіри люди оцінюють вище, ніж опосередковану допомогу.

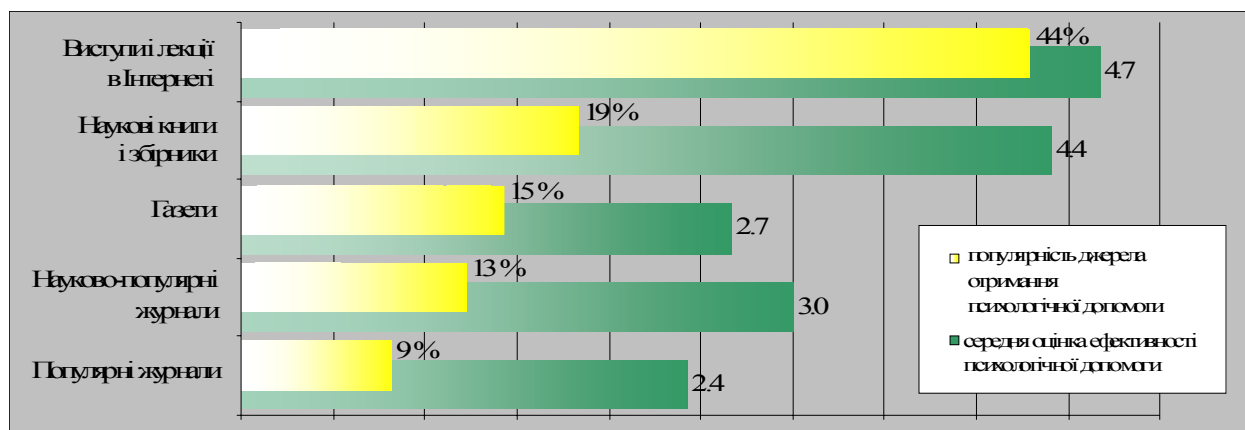


Рис 5.1. Популярність (за 10-ти бальною шкалою) та оцінка ефективності (у відсотках) друкованих, текстових джерел отримання психологічної допомоги населенням України (n = 28)

Популярність і задоволеність людей інтернет-матеріалами може свідчити про перспективний розвиток цього інформаційно-комунікативного джерела, який стає все доступнішим і більш оперативним у режимі реального часу, а значить і про доцільність підвищення відповідальності за якість психологічної допомоги. Цікаво, що у якості джерел отримання психологічної допомоги, із відповідей громадян, можуть виступати художня і релігійна література, твори мистецтва, які «надихають», «очищують», «радять», як можна вчинити у тій чи іншій ситуації, пережити трагедію, травмуючу подію. Можливо, доступність, переконливість, довершеність, діалогічність таких текстів багато в чому перевищує ту якість, яка спостерігається у друкованих матеріалах, які частіше бувають більш формальними, відстороненими від людини, або неактуальними.

У наші дні найбільш поширеним засобом масової інформації є телебачення, останнім часом зростає актуальність Інтернет, дещо менше виражена потреба населення у радіо (більше в сільській місцевості) чи рекламних носі-

ях. Досить доступним і затребуваним залишається буквенний текст, якому з давніх давен люди особливо довіряли, керуючись у своєму житті накресленими на камені, написаними на пергаменті, надрукованими у книжках і рукописах путівниками. У даному розділі ми розглядаємо особливості впливу на свідомість людини саме через друковані, текстові ЗМІ, які є складовою частиною національного інформаційного простору [18, с. 41].

Надзвичайно важливими для розгляду цього питання є ідеї щодо сприйняття наукового тексту таких вітчизняних і зарубіжних психологів, як Т.А. Ван Дейк, Л.С. Виготський, Х.Г. Гадамер, О.О. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн, Н.В. Чепелева та ін. Все активніше науковцями розробляється проблема особливостей функціонування газетного стилю мови (Т.Г. Добросклонська, В.Г. Лемеш, Г.М. Подшивайлова, М.А. Шамелашвілі та ін.) [14; 23; 29; 43]. Так, до основних функцій газетного стилю відноситься інформаційна функція та функція впливу, причому друга функція є домінуючою [23].

Відповідно видам і формам спілкування взагалі, розписаним у науковій літературі [44 та ін.], можна розглядати наступні види спілкування «психолог-населення» у ДЗМІ: за участю мовних засобів – словесне або вербальне; за формою – письмове, друковане; за темою – психологічне; за метою – ділове; за кількістю учасників – публічне чи масове; за характером – опосередковане, діалогічне; за мірою офіційності – професійна роль; за тривалістю – періодичне або короткотривале; за свободою партнера – ініціативне; за соціальними чинниками – особистісно зорієнтоване; за результативністю – бажане; за додержанням норм – нормативне. За формою спілкування – це індивідуальні і групові бесіди, діалогічне, опосередковане. За змістом – наукове. За сферою – дружнє, партнерське, довірче і т.ін. Фокусуючись на особливостях і можливостях спілкування психолога з населення через текстові ЗМІ, ми виокремили спілкування *за видами*: опосередковане, заочне, непряме; *за формою*: а) інформативне або пізнавально-орієнтирне; б) діалогічне, конструктивне, гуманістичне; в) маніпулятивне, деструктивне, негуманістичне.

У кризовій ситуації людина потребує психологічної допомоги, яка може ґрунтуватися й успішно реалізуватися на засадах різних психотерапевтичних наукових теорій. В даному розділі розглянуто особливості спілкування психолога з населенням через ДЗМІ з позицій *гуманістичного напрямку* в психології і психотерапії, зосереджено увагу на якості стосунків, що зумовлює суб'єкт-суб'єкту взаємодію між комунікантами. Представники гуманістичного напрямку (Дж. Бюдженталь, Р. Мей, К. Роджерс, Ф.Ю. Василюк, С.Л. Братченко, Д.О. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн; Г.О. Балл, Г.В. Дьяконов, Г.С. Костюк, С.Д. Максименко, В.О. Моляко, В.А. Роменець, В.О. Татенко та ін.) визнають унікальність буття окремої людини, вважають, що кожна особистість є основним творцем свого життя, відповідальним за те, хто він є, яким і ким буде, стоїть перед завданням наповнити своє життя індивідуальним смислом, здійснює вільний вибір серед наданих йому можливостей. Особистісний ріст представлений переживанням тривалого, неперервного розвитку і виявляється у відкритості особистості до зовнішнього і внутрішнього світу, до нового досвіду. У процесі пошуку і «відкривання» [17; 22; 41] себе самої, власного Я, своїх можливостей, смислу життя, особистість досягає більш високого рівня свідомості, осмислення і конструювання свого буття. Принципово важливими для людини є визнання і повага її внутрішнього світу та її самої іншими людьми: родичів, друзів, колег тощо. Задоволення потреби людини в повазі і любові, за К. Роджерсом, може актуалізувати її мотивацію до природних змін, сприяти реалізації особистісного потенціалу [19].

Дотримання гуманістичних принципів вимагається від психологів-консультантів і психотерапевтів відповідного спрямування, які самі свідомо проживають своє власне життя, і допомагають іншому знайти себе-сущого, стати суб'єктом саморозвитку і самовдосконалення. Необхідно підтримати людину у подоланні підозри і недовіри до інших внаслідок травматичного досвіду, бо у зв'язку з цим, пише З.Г. Кісарчук, і «в терапевтичних стосунках він також не довіряє, сумнівається, підозрює» [Там само, с.14]. Психолог має сприяти розвитку в особі потреби у смислі життя та його вивищенні, у під-

йомі від смислів, що лише підтримують фізичне виживання, до вищих цінностей, таких як любов, гідність, справедливість, творчість. Індивід має свідомо орієнтуватися у тому, що відбувається, а також відновлювати і розвивати власну особистість, свої стосунки з іншими людьми. У «Національній доповіді про стан і перспективи розвитку освіти в Україні» 2016 року наголошується на необхідності формування суб'єкт-суб'єктного стилю взаємин на основі діалогу [28, с.158]. У цього аспекті важливим стає вивчення можливостей встановлення діалогу між психологами і громадянами через ДЗМІ.

5.2. Діалог як ефективна форма мас-медійного спілкування з різними категоріями постраждалих (на прикладі друкованих ЗМІ).

Діалог як співтворчість, продуктивна взаємодія у процесі навчання і виховання, психологічного консультування і психотерапії розглядається такими вченими, як Г.О. Балл, М.М. Бахтін, І. Дзялошинський, Г.В. Дьяконов, З.Г. Кісарчук, В.Г. Панок, М.В. Папуча, А.І. Сологуб, Н.В. Чепелева та ін. У ході діалогу надзвичайно важливим є відкриття людиною сутнісних, буттєвих смислів та орієнтирів, насамперед у кризових умовах, з метою збереження цілісності і подальшого розвитку особистості як суб'єкта індивідуального і суспільного життя. Діалог розглядається як «розвиваюча стратегія», що забезпечує актуалізацію потенціалу саморозвитку суб'єкта взаємодії [20]. Діалог як зустріч, момент спів-буття, проживання двох і більше людей, за М.М. Бахтіним [3], передбачає і розкриває можливості людини роздумувати, аналізувати, а також сперечатися, висувати власну і приймати іншу точку зору, приходити до певного консенсусу. У ході діалогу людина отримує можливість відкрити резерви для власного становлення, вирішення насущної проблеми, руху вперед до саморозуміння і реконструкції свого життєвого шляху. Під час діалогової взаємодії із психологом відбувається переживання, усвідомлення, прийняття та об'єднання уже набутого і нового, що отриму-

ється, досвіду. Психолог і клієнт перебувають у рівній позиції людей, які йдуть один одному назустріч, поважають і приймають свого партнера по діалогу. Ми акцентуємо увагу на конструктивному, розвивальному, відкритому, суб'єкт-суб'єктному, «бахтінському діалозі». Термін «бахтінський діалог» вживається такими науковцями, як Р.В. Вязова, В.В. Молоченко, М.О. Федоренко та ін. [8; 27; 40]. У досконалому володінні комунікативними навичками, вмінні будувати конструктивний, якісний, цивілізований діалог полягає культура діалогу [1, с. 93-94], взагалі культура міжлюдської взаємодії, людино-людських, гуманних відносин [2; 3; 15].

Негуманною формою впливу, що здійснюється шляхом омани, спокушання людини до дій, які вигідні ініціаторам такого впливу, є маніпулювання [5; 23; 25; 26; 29; 37]. Воно суперечить діалогічній взаємодії, адже нав'язування уявлень, цінностей і смислів, «зомбування» людини позбавляє її здатності критично ставитися до всього, що їй пропонується, брати відповідальність за свої наміри і вчинки. І якщо діалог відкриває можливості кожної людини, яка включена у взаємодію, розширює межі індивідуальної свідомості, сприяє оформленню особистої думки, усвідомленню власної життєвої позиції, то маніпулювання перекреслює усі ці можливості, закладаючи механізм підкорення чужій думці та волі, втрати відчуття себе єдиним зодчим свого життя. Під час маніпулювання людина не відкриває нові смисли і не керується ними, а живе, озираячись на того, хто править її свідомістю і поведінкою, некритично спрямовує почуття і вибір дії у тому напрямку, який вигідний маніпулятору. Якщо діалог – це щира відкритість один одному і спілкуванню [2; 3; 15; 36], то маніпулювання, навпроти, є прихований від опонента вплив на нього, на його систему ставлень і орієнтацій, пов'язаний з ігноруванням бажань і потреб, пригніченням особистості [13; 35]. Маніпулятор *використовує* «мішені» впливу [38; 45], а консультант-психотерапевт гуманістичного спрямування *враховує* потреби, здібності, сподівання, стиль мислення, психічні стани для допомоги людині в її особистісному розвитку, у вирішенні конфліктних ситуацій, у знаходженні виходу із складних ситуацій. Тому ді-

лог є конструктивною (допомагаючою, підтримуючою), а маніпуляція – деструктивною (дезорієнтуючою, руйнівною) формою спілкування.

Особлива роль діалогу належить комунікації через друковані, текстові засоби. Між читачем і текстом можливий особливий вид опосередкованого діалогу [21], основою якого є інтертекст: це означає, що смыслом твір наповнює не лише автор, але й читач [6, с.362]. Текст, зауважує Н.В. Чепелева, здійснює вирішальний психологічний вплив на свідомість реципієнта, дозволяючи керувати процесами сприймання та розуміння повідомлення, впливати не лише на когнітивну, а й смислову сферу особистості. Діалогічний текст, маючи всі конституційні ознаки власне тексту (інформативність, структурність, цільність, зв'язність тощо), відрізняється більшою комунікативною спрямованістю, яскраво вираженою адресованістю та персоніфікованістю, зіставленням різних смислових позицій. Він має на меті стимулювати виникнення нового знання, ставлення, оцінки у людини, тобто не тільки інформування, але й розвиток особистості. Автор діалогічного тексту претендує не лише на передачу певної інформації, але й на встановлення певного контакту з реципієнтом, трансляцію йому особистісних смислів і прагне до їх прийняття особистістю, зауважує вчена [42]. Діалогічність полягає в двосторонній спрямованості тексту – як на автора, так і на читача [21; 24; 42]. Як взаємодія діалогічність складає, за Н.М. Громовою, фундаментальну властивість газетних текстів [10, с. 51]. До діалогу спонукає вже сама назва публікації. Запрошенням до спілкування виступає також назва рубрики, де розміщено матеріал: до речі, його місце, оформлення на сторінці друкованого видання чи сайту є виявом ставлення видавництва чи редактора до психологічної інформації взагалі й до автора, зокрема, що певною мірою впливає на сприйняття тексту, рівень довіри і поваги до психолога. Сам текст наче зазиває читача, який готовий до такого спілкування, завдяки чому встановлюється взаєморозуміння і утворення спільного смислу.

На думку Н.С. Валгіної, діалогічність твору досягається особливими засобами, які допомагають автору «направити текст на читача», слугують ме-

ті встановлення контакту з читачем, відтворюють задушевність бесіди, дають можливість автору акцентувати увагу читача на важливих питаннях. До засобів діалогізації належать: комплекси питання-відповідь, риторичні запитання, окличні речення, різні форми звертання до читача, посилення до думки інших людей, пропозиція спільного розмірковування або до дії, різні форми спонукання, рекомендації, спрямовані до читача, експлікації можливих реакцій людини на повідомлення автора тощо [7]. Текст має бути зрозумілим. У працях вчених (Г.С. Костюк, І.О. Синиця, С.Л. Рубінштейн та ін.) зазначено, що розуміння тексту являє собою складну мисленнєву діяльність, яка включає в себе аналіз – виділення у тексті інформативно значущих елементів, і синтез – об'єднання їх у єдине ціле. Відсутність синтезу свідчить про нерозуміння, і, навпаки, розуміння тексту виникає у той момент, коли здійснюється синтез. Тому треба вчити не думкам, як говорив Кант, а «*мислєдіяльності*». Особливо, коли мова йде про смисложиттєві орієнтації людини, про пошук себе, ресурсів психологічно вижити й особистісно розвиватися у кризових ситуаціях. Завдання вчити мислити стоїть також перед психологом.

Через спілкування відбувається не тільки обмін враженнями, сподіваннями, намірами, але й спрямований вплив на людину чи спільноти заради досягнення певного результату. Як пише О.О. Блуд, мова виявляється як мовлення до іншого, вона завжди спільна, вона поєднує людей у загальний світ [4]. І те мовлення, яке об'єднує людей, є виявом їх співжиття, співпереживання, взаємодопомоги, безперечно, є діалогічним. Але, на жаль, мовлення може бути хибним, спотворенням, яке «не об'єднує». Різні ЗМІ використовуються як вивірені і надійні канали маніпуляції для тих, хто націлений зробити людину керованою, безвольною, безвідповідальною, нездатною самостійно оцінювати будь-яку інформацію про події, явища, що відбуваються в країні і світі, і приймати особисті рішення. Чутки, відверта брехня, які некритично засвоюються й емоційно «підігріваються», і зовсім дезорієнтують людину або групи людей, роблячи їх легкою здобиччю в руках справного

маніпулятора, який за таких слухних для нього умов може скерувати і думку, і поведінку тих, ким маніпулюють, у потрібне для нього русло.

Діалогічне спілкування психолога з громадянами вимагає від обох сторін налаштованості на таку взаємодію, знання особливостей її проведення. Дотримуючись Кодексу науковця, а також Етичного кодексу психолога [9; 16 та ін.], психолог-консультант може встановлювати конструктивний діалог з людиною через текст у ДЗМІ [12; 32, с.141-167 та ін.]. Це стає можливим завдяки *засобам написання тексту*: послідовність, ясність, логічність, аргументованість думок, спираючись на потреби певної категорії постраждалих. Діалогічність тексту передбачує і реалізує зацікавленість партнерів один в одному і в темі, яка обговорюється, взаємодовіру і повагу, обопільну симпатію, прийняття і бажання розуміти одне одного, обмінюватися думками, передавати й отримувати інформацію, розмірковувати над подією чи власними переживаннями, здійснювати особистий вибір, переносити отримані знання на інші життєві ситуації, зберігати досвід вирішення складних обставин. Діалогічність друкованого тексту мотивує читача до співбесіди, спонукає його до роздумів, застосовуючи різні засоби і прийоми писемного діалогічного мовлення (В.С. Біблер, Н.С. Валгіна, В.Ф. Литовський, Н.А. Терновик, Н.В. Чепелева та ін.). Активна діалогічна позиція отримувача психологічної допомоги вимагає від психолога так само діалогічної форми спілкування.

Чи є діалогічне спілкування важливим для мешканців України? Ми здійснили теоретичний аналіз наукової літератури щодо загальних орієнтирів психологічної допомоги різним категоріям постраждалих від війни. Це такі групи громадян: військовослужбовці у зоні бойових дій і їх сім'ї; поранені військові, що перебувають на лікуванні і проходять реабілітацію у шпиталі; особовий склад військових частин; переселенці зі Сходу країни і Криму; населення на мирних, звільнених та підконтрольних сепаратистським організаціям, територіях; найбільш вразлива категорія – діти; волонтери та консультанти Телефону Довіри; психологи, які спілкуються з громадянами через пресу та інтернет-видання (так звані «пишучі психологи») [12]. Аналіз нау-

кових джерел показав, що для усіх зазначених категорій громадян України важливим є прийняття, прояви довіри, поваги, любові, симпатії, співпереживання, співучасті, здатність критично оцінювати події та інформацію, приймати самостійні відповідальні рішення, що є показниками діалогічної комунікації.

Окрім того, ми провели анкетне опитування, яким було охоплено 28 мешканців України обох статей від 18 до 90 років, а саме: працюючі громадяни, пенсіонери, працюючі пенсіонери, студенти; волонтери, співчуваючі, переселенці, дружини і вдови військовослужбовців та ін. Розглянемо деякі результати дослідження на підтвердження необхідності діалогічного спілкування між психологом і клієнтом. Так, громадянам було запропоновано *визначити якості психолога, ознаки поведінки, що характеризують його як компетентного фахівця*. Такий психолог, на думку опитаних: активний, життєрадісний; «розуміє з півслова», виявляє зацікавленість до проблеми, вислуховує, тактовно ставить запитання, не вивищуючи самого себе; спокійний, справедливий, охайний; «має високий рівень духовного потенціалу»; його текст грамотний, зрозумілий, викликає цікавість; коли психолог «вчить захищати і зберігати свою енергію». Небажано, коли він дає нетактовні поради, нав'язує свої «цінні вказівки», коли багатослівний, «лізе в душу», виявляє «емоційну холодність», «зверхність».

Що Ви відчуваєте, коли зтикаєтесь з маніпулюванням через друковані ЗМІ? Серед основних почуттів відзначено наступні: почуття приниження і неприйняття, коли бридко і неприємно, недовіру і злість, «значить хочуть обдурити, не поважають», розчарування, презирство і сарказм, а також те, «що я розумний і можу впізнати маніпуляцію». І навпаки, коли громадяни спілкуються з психологом, на їхню думку, діалогічно, то відчувають приємні позитивні емоції, увагу, повагу та інтерес до себе, бажання розмовляти, відвертість у стосунках, «хочеться прислухатися», «довіряєш», «приємно». Ці дані підтверджують необхідність саме діалогічних стосунків в системі «психолог-населення», уникнення і подолання спроб маніпулятивного впливу на людей.

Взаємовідношення «на рівних» справляє на людину позитивне емоційне враження, сприяє ставленню до іншого і до себе як до особистості.

Здатність вибіркового ставлення до відомостей і рекомендацій, їх вибагливе осмислення, внутрішня протидія явним чи замаскованим маніпулятивним впливам через ДЗМІ залежать, зокрема, від особистісної *автономності*, незалежності. Для виявлення автономності як якості суб'єктності, а саме особистісно-типологічних особливостей суб'єктної регуляції діяльності, за Г.С. Пригінім, призначений тест «Автономність–Залежність». Методика діагностує два основних типи людей: «автономних» (незалежних, самостійних) і «залежних» (несамостійних), а також виділяє третю групу — «невизначених». Невизначені – це такі індивіди, котрих не можна віднести з достатньою мірою визначеності ані до «автономних», ані до «залежних», оскільки у них приблизно рівно виражені особливості, що притаманні як першому, так і другому типу. Тип невизначених ще має назву «автономні-залежні» або «змішані» [30; 31]. Суб'єкти автономного типу характеризуються більш відкритою пізнавальною позицією у порівнянні з залежними, відрізняються наполегливістю, цілепрямованістю, більш розвинутим самоконтролем, схильністю до самостійного виконання робіт. Для залежних характерне те, що ці риси в них майже не виявляються, їхня навчальна діяльність пов'язана в основному з опорою на вказівки з боку більш обізнаної й авторитетної особи, з орієнтацією на її поради, підказки, настанови. Незалежні суб'єкти більш задоволені власним існуванням, у них більш високий рівень задоволеності життям, ніж у залежних. Автономні вміють своєчасно вносити корективи у свої плани і програми за зміни умов діяльності, їм характерна адекватна самооцінка і впевненість у собі. Автономна особистість поважає й цінує себе й іншу людину, чим, напевно, забезпечуються суб'єкт-суб'єктні стосунки між тими, хто вступає у взаємодію, що, у свою чергу, сприяє розвитку якості автономності у партнерів по комунікації. Автономні учасники спілкування проявляють здібність ефективно здійснювати керівництво і контроль за діяльністю групи, а також виконувати різні функції в груповій взаємодії. Вважається, що най-

більш ефективні групи саме з автономних особистостей, а також із людей змішаного типу («автономні-залежні»).

За нашим припущенням, автономність особистості розвивається і певною мірою залежить від її оточення, зокрема, автономності людей, які забезпечують якість словесно-буквеної інформації у ЗМІ. Сприймання інформації, критичне до неї ставлення залежить від автономності автора публікації, а також від редактора вітчизняних популярних, науково-популярних, науково-методичних видань або окремих рубрик, де розміщуються статті на психологічні теми. Пілотажне дослідження за методикою Г.С. Пригіна показало, що «автономних» серед редакторів виявився значний відсоток, що вказує на те, що автономність є суттєвою професійною якістю для цієї категорії працівників (Рис. 5.2.).

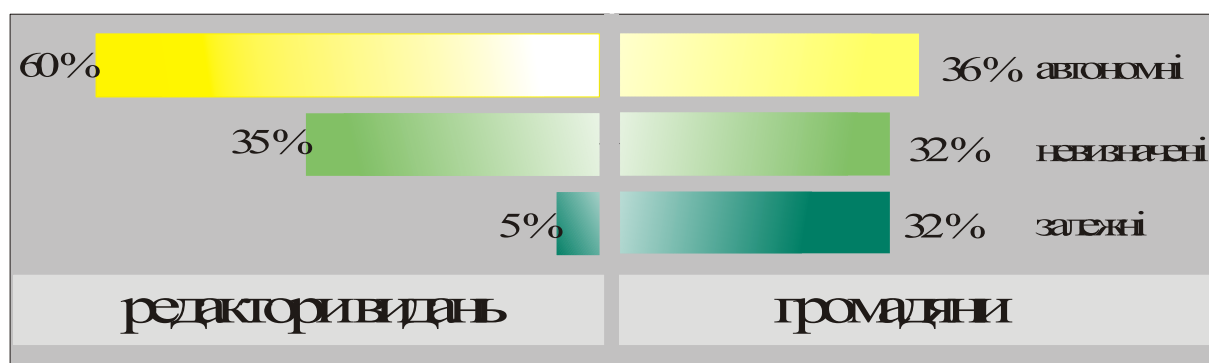


Рис 5.2. Порівняльний розподіл редакторів вітчизняних видань (n = 20) та громадян України (n = 28) за рівнями суб'єктної регуляції діяльності (за методикою Г.С. Пригіна «Автономність-Залежність»)

В опитуванні взяли участь редактори видань і їх заступники – усього 20 осіб різного професійного стажу, віку і статі. Для порівняння таке ж пілотажне дослідження було проведене серед різних категорій населення сучасної України, які брали участь в анкетуванні (див.вище). Незначна вираженість цієї суб'єктної якості у більшості громадян (Рис. 5.2) вказує на необхідність її розвитку, адже від неї у певній мірі залежить здатність людини до діалогу і до протидії руйнівним маніпулятивним впливам. Цю думку можна підтвердити тим, що автономні редактори, а також автономні читачі виявляють схи-

льність до текстів, що характеризуються діалогічністю. Серед запитань анкети [11], яка пропонувалась редакторам газет і журналів, було наступне: «Для друку Вами відбираються матеріали: а) – суто інформативного, пізнавального змісту (загальні відомості, на кшталт психологічного лікнепу тощо): Завжди. Інколи. Ніколи. – потрібне підкреслити.; б) – які спонукають читача до роздумів, аналізу тексту, формування власної думки: Завжди. Інколи. Ніколи. – підкреслити; в) – як конкретні вказівки, рекомендації, поради, які не передбачають сумнівів читача, а спонукають до прямого наслідування: Завжди. Інколи. Ніколи. – підкреслити».

За даними емпіричного дослідження між групами редакторів з різними рівнями суб'єктної регуляції встановлено значущі відмінності у частотному розподілі варіантів відповідей на запитання анкети у пункті б) (Рис. 5.3.) за критерієм хі-квадрат Пірсона ($\chi^2 = 16.1$, $df = 4$, $p \leq 0.05$). На Рис. 5.3. видно, що майже половина опитаних

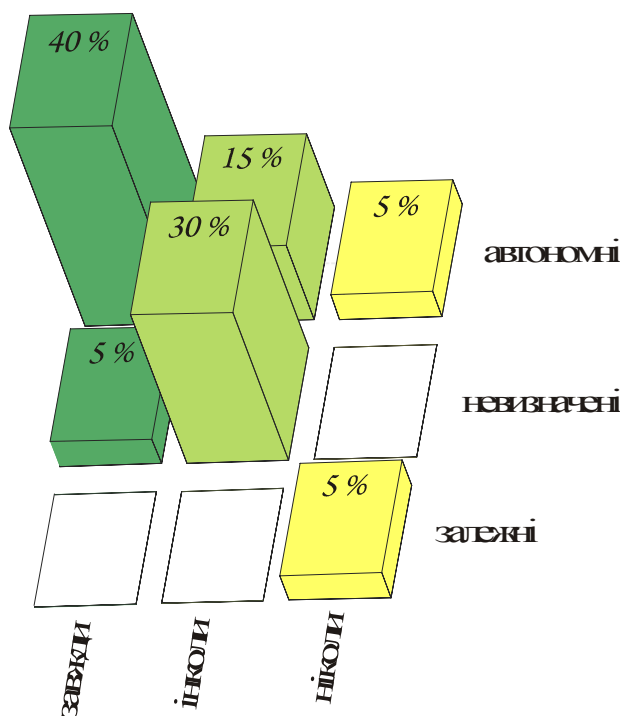


Рис 5.3. Розподіл відповідей редакторів ($n = 20$) з різними рівнями суб'єктної регуляції діяльності (за методикою Г.С. Пригіна «Автономність-Залежність») на завдання анкети визначити, як часто ними обираються для друку матеріали, які спонукають читачів до роздумів, аналізу тексту, формування власної думки

редакторів, які на пункт б) дали відповідь «завжди» відносяться до групи автономних, а залежні обирають продукцію, яка не передбачає критичності читача до тексту, формування ним власної думки (пункт в)). Для редакторів невизначеного типу вибір пункту б) не є принциповим. Тобто, дослідження засвідчило, що автономність як риса особистості певною мірою пов'язана зі здатністю людини до діалогічної взаємодії. До того ж автономність редакторів проявляється безпосередньо у конкретних вимогах до авторських матеріалів, які спонукають читача до роздумів, аналізу тексту, формування власної думки. Було встановлено, що автономні редактори вимагають від авторів текст, що за пунктом б) характеризується діалогічністю. І навпаки, чим нижчий рівень автономності, тим нижча вимогливість до психолога-автора щодо діалогічності його тексту. Серед вимог до тексту «автономні» (і частково «невизначені») редактори відносять зокрема: інформативність, логічність, точність, цільність, послідовність викладення думок, зв'язність, текст має бути актуальним, цікавим і корисним, має бути «розуміння проблеми», «правдивість», «повага до читача», щоб текст «надихав на творчість, добро, взаємодопомогу», «не містив нравоученій». Зазначимо: ці вимоги відповідають ознакам діалогічності тексту, описаним у науковій літературі (див.вище). Натомість, «залежні» редактори схильються до статей, що сприяють пасивному засвоєнню знань, орієнтують на конкретні поради, вказівки, настанови ззовні, а значить передбачають певну піддатливість до маніпулятивного впливу.

Аналогічне запитання щодо вибору прийнятного тексту ставилось і громадянам («Послугуючись психологічною допомогою через друковані ЗМІ, Ви обираєте статті: пункти а), б), в)), аналогічні тим, які були у запитанні до редакторів). Більшості споживачів друкованої, текстової психологічної допомоги прийнятний такий виклад матеріалу, який містить як загальну інформацію, так і таку, яка налаштовує на роздуми, формування особистої думки, «розмову» з автором статті, тобто передбачає *діалог з психологом*. Такі читачі відносяться до групи автономних особистостей. У той час як ті, хто віднесені до групи залежних людей, більш орієнтовані на конкретні вказівки і

рекомендації психолога, пояснюють свою відповідь тим, що: «адже мені потрібна негайна допомога», «мені не до роздумів». Громадяни, які належать до групи «змішаних», не віддають переваги певній формі викладення матеріалу, послуговуючись статтями, представленими у будь-який спосіб.

Більшість опитаних громадян очікують інформацію для роздумів, трохи менша їх кількість ждуть лише інформаційні відомості, і лише незначна частина потребує конкретних вказівок. За даними анкетування, з маніпулятивним впливом в ЗМІ «часто» і «завжди» стикається 63 % респондента, а з діалогічним – 7,7% «завжди» і 65,4 % – «інколи». Зазначимо, що інформативно-орієнтирний стиль статей (пункт а)) як бажаний відмічається усіма типами респондентів, що вказує на те, що інформація важлива і доцільна при будь-якому викладі матеріалу, тільки від діалогічного чи маніпулятивного стилю залежатиме, чи буде вона сприйматися як матеріал для роздумів, чи як пряма вказівка. Тобто, від того, в чиїх руках знаходиться діалог чи маніпуляція як інструмент спілкування, залежить характер впливу інформації на людину.

Окрім зазначеного, вибір джерел отримання психологічної допомоги у певній мірі свідчить про автономність-залежність людини. І навпаки, тип суб'єктної регуляції може впливати на вибір виду мас-медіа. З Табл. 5.1. видно, що газети і журнали користуються більшою популярністю у автономних особистостей, Інтернет – у залежних, телебачення – у невизначених. Це підтверджує, що друковане слово потребує аналізу, роздумів, в той час як ТБ і Інтернет більш приваблюють своїм оформленням, не вимагаючи від людини високого ступеню критичності та відповідальності у сприйманні авторських текстів, у тому числі порад та настанов психологів, які виступають у цих ЗМІ.

Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що особистісна автономність є обов'язковою професійною якістю редакторів друкованих видань для сприяння встановленню діалогічної взаємодії психолога-автора тексту і клієнта-читача. Особистісна автономність редакторів

виступає умовою становлення і вияву автономності авторів статей, що, у свою чергу, стає умовою формування цієї суб'єктної якості у читача, який отримує психологічну допомогу через текстові ЗМІ.

Таблиця 5.1.

Вибір (у відсотках) джерел отримання психологічної допомоги громадянами України в залежності від типу суб'єктної регуляції діяльності

Джерела отримання психологічної допомоги	Типи суб'єктної регуляції діяльності			Усього
	автономні	невизначені	залежні	
Газети	60,0	40,0	0,0	100,0
Журнали	37,5	37,5	25,0	100,0
Телебачення	33,3	40,0	26,7	100,0
Інтернет	25,0	35,0	40,0	100,0
Радіо	25,0	75,0	0,0	100,0

Важливо підкреслити, що достатньо високий рівень автономності-невизначеності (разом 68 %, Рис. 5.2.) сучасних громадян вимагає від редакторів видань і психологів-авторів психологічних матеріалів високого рівня сформованості даної якості, аби досягти діалогічності спілкування, а значить критичності читачів у сприйнятті як психологічної, так і будь-якої іншої інформації (прочитаної, почутої, побаченої тощо) у різних ЗМІ. У зв'язку з тим, що і опитані редактори, і громадяни України у більшості орієнтовані на діалогічне спілкування через друковані ЗМІ, то й від психологів вимагається діалогічна спрямованість у спілкуванні, уміння і навички такої взаємодії, аби фахово надавати дистанційну допомогу.

5.3. Перспективи спілкування "психолог-населення" через друковані засоби масової інформації.

Теоретичний аналіз і синтез результатів досліджень психологів, які працюють у контексті психологічних травм і реабілітації постраждалих, показав наступне: діалогічне (на відміну від маніпулятивного чи суто інформативного) спілкування через друковані ЗМІ підходить різним категоріям постраждалих, виявляє їх потребу не лише в інформації, а й у повазі, довірі, співучасті, рівних

стосунках тощо. Отримані нами дані свідчать про у цілому позитивну тенденцію розвитку суб'єкт-суб'єктних, конструктивних, діалогічних стосунків вітчизняного психолога і клієнта, а також про перспективи цілеспрямованого підвищення (семінари, курси, тренінги і т.ін.) комунікативної, діалогічної, писемної компетентності фахівців-авторів психологічних текстів і редакторів видань, які їх видають тепер і видаватиме у майбутньому для широкого кола громадян.

Для збереження, зміцнення і розвитку особистості у нинішніх українських реаліях особлива роль належить психологу, який надає психологічну допомогу населенню, зокрема через друковані, текстові засоби масової інформації (Рис. 5.1., Табл. 5.1.). Така допомога взагалі вважається масовою, бо фахівець звертається до великих груп людей, яких об'єднує та або інша проблема. Водночас, окремий читач, який послуговується психологічною допомогою через, скажімо, науково-популярний журнал, спілкується з автором статті особисто, на рівні «психолог-читач», тобто вступає з ним у взаємодію. Саме в цей момент відбувається або власне інформування, або маніпулювання читачем з боку автора, або діалогічне спілкування з людиною, яке має на меті укріпити особистість психо-емоційно, викликати в ній намір до активних дій щодо певних самозмін, перегляду траєкторії власного життєвого шляху, якісної перебудови свого оточення. Співбесіда рівноправних партнерів по спілкуванню сприяє критичності, налагодженню людини на конструктивне і відповідальне розв'язання складної життєвої ситуації чи наболілої проблеми.

Автор діалогічного тексту має бути фахівцем у своєму полі надання психологічної допомоги, добре знатися у потребах, інтересах, очікуваннях, психологічних властивостях тієї або іншої категорії постраждалих в кризових соціокультурних умовах, вчитися і досягати діалогічності свого тексту, самому протистояти і вчити населення опиратися деструктивним маніпулятивним впливам. *Діалогічність тексту* визначається за наступними параметрами: ясність і логічність викладу цікавого для людини матеріалу; апелювання до думки читача за допомогою запитань, закликів до роздумів; наведення ко-

мунікантом фактів, які не суперечать здоровому глузду і обізнаності про них реципієнта; висновки передбачають власне судження і вибір дій читача. Діалогічний текст створює і залишає у людини, яка отримує психологічну допомогу, відчуття ясного і критичного усвідомлення змісту, бажання й далі розмірковувати над ним, збагачувати свій особистий досвід і передавати його іншим. Діалогічність тексту сприяє пошуку варіантів виходу з критичної ситуації громадян різних категорій. *Маніпулятивність тексту* може мати такі ознаки: автор «тисне» на потреби, почуття та емоції читача; текст не логічний, незрозумілий, не дає можливості вибудувати власне судження, нав'язує орієнтири і конкретні способи і шляхи вирішення ситуації; засобом емоційного «заарканення» може бути запобігання до шокуючих прикладів, які викликають страх і сумніви, готовність швидше вийти з цього стану, а значить і потрапити «у пастку» маніпулятора, який запропонує власний вихід із проблеми. Маніпулятор пропонує читачеві той план дій, які йому вигідні, а людська проблема зіграє роль «наживки» для керування людьми. Діалогічно ж налаштований автор сприяє пробудженню і зміцненню власних сил і можливостей особистості, виводить її зі стану скутості і неврівноваженості, пропонує шляхи пошуку власних резервів і перспектив – в цьому виявляється його щира і професійна допомога.

Слід сказати про *зворотний вплив читачів на автора тексту*, на розвиток його діалогічної компетентності. Адже у тому разі, коли вибагливий, діалогічно спрямований клієнт не відчуватиме так само налаштованого психолога, а стиль викладання думок комуніканта буде для читача неприйнятним, то такий автор не стане затребуваним, а видання, в якому він публікує свої матеріали, популярним настільки, наскільки це було б можливо у протилежному випадку.

Діалог є ознакою загальної культури міжлюдського спілкування, яка сприяє збереженню людського в людині, її особистісному розвитку в кризових умовах, нейтралізації негативного, руйнівного інформаційно-психологічного впливу. Послугуючись професійною психологічною допо-

могою через друковану продукцію, клієнт-читач не лише удосконалюється у сприйманні, розумінні та інтерпретації прочитаного, а й сам у змозі правильно, компетентно передавати отриману й осмислену допомогу, ділитися своїми думками і діалогічними навичками з іншими людьми, сприяючи тим самим розвитку і їх читацької, діалогічної, комунікативної компетентності. Діалогічна позиція психолога в роботі з постраждалими допомагає і тим, хто з ними спілкується безпосередньо, оволодівати досвідом діалогічних стосунків, що здійснює цілющий і стабілізуючий вплив на стосунки у цілому (у сім'ях, в колективі тощо). Завданням працівників ДЗМІ (а також інших ЗМІ) має бути свідоме уникання і навіть заборона будь-яких маніпулятивних матеріалів, які сприяють руйнуванню особистості читача, послабленню його критичності, волі, самостійності, формування власної думки щодо тієї чи іншої події чи особистості, власної ролі у розбудові приватного життя і долі своєї країни. Розуміння ступеню популярності/непопулярності джерела отримання психологічної допомоги покладає на психолога відповідальність за свій виступ, за підвищення рівня діалогічності клієнта, його здатності опиратися деструктивним маніпулятивним впливам.

Щодо взаємовпливу різних видів психологічної допомоги. Діалог з громадянами, які перебувають у кризових соціокультурних умовах, може здійснюватись і безпосередньо – під час психотерапії, і опосередковано, непрямо – через ЗМІ, а також через Телефон довіри. Це сприятиме підсиленню загального психотерапевтичного ефекту, впевненості клієнта у собі, у правильності свого розуміння проблемної ситуації і обраного шляху її розв'язання. Діалогічна позиція психологів різних профілів (на ТБ, радіо, в інтернет, у газетах і журналах тощо) дозволяє враховувати й органічно взаємопов'язувати такі чинники формування гуманного психотерапевтичного контакту, як врахування потреб певної категорії громадян (прийняття, розуміння, емпатія, визнання, повага) і стилю взаємодії з ними (не лише інформативно-орієнтирного, а й діалогічного). Тому у якості першочергових професійних

кроків має бути розроблення скоординованої «різновидової» психологічної допомоги постраждалим в кризових соціокультурних умовах.

Отже, від особистісної і професійної спрямованості фахівця залежить свідомий вибір форми взаємодії з клієнтом. Психолог гуманістичного спрямування має спілкуватися з населенням таким чином, аби подолати схильність людини покладатися на волю «сильного і авторитетного», а кріпити власну суб'єктну здатність активно творити своє життя, самостійно впливати на його якісні зміни. Конструктивна, підтримуюча і спрямовуюча, допомагаюча діалогічна взаємодія між психологом-автором і клієнтом-читачем сприяє опору будь-яким маніпулятивним технологіям, бо допомагає людині думати, формувати власні оцінки і переконання, що попереджає прийняття чужих думок і спрямовуючих до дії вказівок без критичного їх осмислення, а значить робить людину вільною, відповідальною за своє життя і поведінку.

У процесі діалогічних стосунків між психологом і населенням через паперові або електронні, текстові ЗМІ, з боку психолога важливим є забезпечення зворотного зв'язку з людиною або групою людей, аби сприяти процесу розвитку і взаєморозвитку особистостей – партнерів комунікації. Діалогічність тексту психолога мотивує читача до співбесіди, спонукає його до роздумів, застосовуючи різні засоби і прийоми писемного діалогічного мовлення. Повага до читача як до співрозмовника, турбота про зростання його читачької компетентності вимагають від фахівця постійного вдосконалення професійних умінь та навичок ведення мовленнєвих діалогів через текстові ДЗМІ. Росту текстової компетентності психологів сприяють певні вимоги до їх авторських текстів з боку редакторів видань, їх діалогічна компетентність, особистісні якості. Важливою професійною якістю редактора або його замісника є особистісна автономність – якість суб'єкта, фахівця, завдячуючи якому текст психолога через інформаційний простір стає доступним для громадянина, а психолог через діалогічні стосунки «психолог-населення» здатен надати людині фахову допомогу.

Список використаних джерел:

1. Актуальні проблеми психологічної допомоги, соціальної та медико-психологічної реабілітації учасників антитерористичної операції : мат-ли міжвідомч. наук.-практ. конф. (Київ, 26 травня 2016 р.) / Міністерство оборони України, Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського. – К. : НУОУ, 2016. – 400 с.
2. Балл Г.О. Орієнтири сучасного гуманізму (в суспільній, освітній, психологічній сферах) : Видання друге, доповнене / Г.О. Балл. – Житомир: ПП «Рута», Видавництво «Волинь», 2008. – 232 с.
3. Библер В.С. Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры / В.С. Библер. – М.: Прогресс, 1991. – 176 с.
4. Блуд О.О. Дослідження буття мови – або трансценденції методом герменевтичної феноменології Гайдеггера / О.О. Блуд // Мультиверсум. Філософський альманах. – К.: Центр духовної культури, 2005, № 47. – Режим доступу: https://www.filosof.com.ua/Jornel/M_47/Blud.htm
5. Бойко С. Т. Функціональний аналіз патогенних текстів (до проблеми психологічних аспектів медіа - освіти) / С.Т. Бойко // Наукові записки Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – К. : Ніка-Центр, 2011.– Вип.39. – С. 62 – 74.
6. Борев Ю.Б. Эстетика. Теория литературы : энцикл. слов. терминов / Ю.Б. Борев. – М., 2003, – 574 с.
7. Валгина Н. С. Теория текста: учеб. пособие / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280 с.
8. Вязова Р.В. Діалог як складова сучасних комунікативних відносин / Р.В. Вязова, Д.В. Ураков. – Режим доступу: <http://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/28>
9. Гончаренко С. Етичний кодекс ученого / Семен Гончаренко // Естетика і етика педагогічної дії : Збірник наукових праць. Київ-Полтава, 2011. – Вип. 1. – С. 25-34.
10. Громова Н.М. Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача / Н.М. Громова // Проблеми сучасної психології : зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка, Ін-ту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / за ред. : С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. – Вип. 13. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – С. 48–58.
11. Гурлева Т.С. Автономність редактора друкованого видання – шлях до діалогу / Т.С. Гурлева. – Психолог, № 21-22, листопад 2017 р.

12. Гурлева Т.С. Діалогічне спілкування психолога у просторі друкованих ЗМІ у відновленні та розвитку особистості в кризових умовах / Т.С. Гурлева // Актуальні проблеми психології. Т.3 : Консультативна психологія і психотерапія: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України / За ред. Максименка С.Д. – Вінниця: ФОП Рогальська І.О., 2016. – С. 61-74.
13. Дайер У. Как избавиться от комплекса жертвы / Уэйн Дайер. – Минск: «Попурри», 2010. – 336 с.
14. Добросклонская Т.Г. Что такое медиалингвистика? / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ (Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация). – 2004. – № 2. – С. 9-17.
15. Дьяконов Г.В. Экзистенциально-онтологическая концепция диалога / Г.В. Дьяконов // Психология общения: социокультурный анализ. Мат-лы конф. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 2003. – С.114-116.
16. Етичний кодекс психолога / Основи практичної психології / В. Панок, Т.Титаренко, Н.Чепелева та ін.: Підручник. – Вид. 3. – К.: Либідь, 2006. – 536 с.
17. Живоглядов Ю.А. Пробуждающий коучинг: экзистенциальные измерения / Ю.А. Живоглядов // Актуальні проблеми психології : Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України / за ред. Максименка С.Д. – К.: «Логос», 2008. – т.7, вип.15. – С. 83 – 89.
18. Каплій О. В. Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання / О. В. Каплій // Актуальні проблеми політики. – 2013. – Вип. 50. – С. 35-46.
19. Кісарчук З.Г. Проблема стосунків «психотерапевт-клієнт» у ситуаціях надання психологічної допомоги постраждалим / З.Г. Кісарчук // Актуальні проблеми психології Т. 3: Консультативна психологія і психотерапія: Зб. наук. праць Ін-ту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / За ред. Максименка С.Д. – Вінниця: ФОП Рогальська І.О., 2016.– Вип. 12. – С.7-22.
20. Ковалев Г.А. Психологическое воздействие : теория , методология, практика : дис. ...д-ра психол. наук / Г.А. Ковалев. – М., 1991. – 477 с.
21. Колкарева И.И. Лингвистические характеристики диалога в британском газетном дискурсе : автореф...канд. филолог.наук: 10.02.04 – Германские языки / Ияна Игоревна Колкарева. – Москва, 2012. – 21 с.

22. Кульчицький О. Переживання казки і літературного твору в психічному розвитку дітвори й молоді / Олександр Кульчицький // Ми і наші діти. Дитяча література. Мистецтво. Виховання : збірник ОПДЛ ім. Л. Глібова, Торонто–Нью-Йорк, 1965. – С. 36-44.
23. Лемеш В.Г. Засоби маніпулятивного впливу у смисловому просторі англomовного медіатексту / В.Г. Лемеш. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20110929/fl_lemesh.php – Назва з екрана.
24. Лотман Ю.М. Структура художественного текста / Ю.М. Лотман. – М. : Искусство, 1970. – 384 с.
25. Методологічні проблеми трансформації комунікативної компетентності психолога в інформаційному суспільстві : монографія / В. В. Андрієвська, Е. І. Драніщева, С. П. Тищенко та ін. ; за ред. В. В. Андрієвської. – К.–Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. – 226 с.
26. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів : монографія / О.Т. Баришполець, 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 ; Нац. академія пед. наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2014. – 348 с.
27. Молоченко В. Діалог як одна з важливих педагогічних умов розвитку вмінь партнерської взаємодії студентів-аграріїв / В. Молоченко // Актуальні питання гуманітарних наук : Міжвуз. зб. наук. праць молод. учених Дрогобицьк. держ. пед. ун-ту імені І. Франка. – Випуск 6(2), 2013. – С.83-91.
28. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні / Нац. акад. пед. наук України ; [редкол.: В. Г. Кремень (голова), В. І. Луговий (заст. голови), А. М. Гуржій (заст. голови), О. Я. Савченко (заст. голови)] ; за заг. ред. В. Г. Кременя. — Київ : Педагогічна думка, 2016. — 448 с.
29. Подшивайлова Г.М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України): автореф. дис. ... канд. філол. наук / Г.М. Подшивайлова ; Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2009. – 21 с.
30. Прыгин Г.С. Проявление «автономности» и «зависимости» в осознанной регуляции деятельности: Дисс. ... канд. психол. наук.– М., 1984. – 132 с.

31. Прыгин Г.С. Психология самостоятельности: Монография / Г.С. Прыгин. – Ижевск, Набережные Челны: Изд-во Института управления, 2009. – 408 с.
32. Психологічна допомога постраждалим внаслідок кризових травматичних подій: методичний посібник / З.Г. Кісарчук, Я.М. Омельченко, Г.П. Лазос, Л.І. Литвиненко... Царенко Л.Г.; за ред. З.Г. Кісарчук. – К. : ТОВ “Видавництво “Логос”. – 207 с.
33. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В.В. Різун. – К. : Просвіта, 2008. – 260 с.
34. Сергєєнкова О.П. Вікова психологія : навч. посіб. / Сергєєнкова О.П., Столярчук О.А., Коханова О.П., Пасєка О.В. – К.: ТОВ «Центр учбової літератури». – 2012. – 384 с.
35. Сидоренко Е. В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию [Текст] / Е. В. Сидоренко // Психологические проблемы самореализации личности. – СПб. : СПбГУ, 1997. – С. 123 – 142.
36. Сологуб А. І. Теорія і практика навчання творчо обдарованих старшокласників: Монографія / А. І. Сологуб. – К. : Інфосистеми, 2010. – 216 с.
37. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов] ; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. – 2-ге вид. – К.: ЗАТ “ВПОЛ”, 2011. – 248 с.
38. Таранов П. Приемы влияния на людей [Текст] / П. Таранов. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 608 с.
39. Титаренко Т.М. Напрями психологічної реабілітації особистості, що переживає події війни / Т.М. Титаренко // Психологічна допомога особистості, що переживає наслідки травматичних подій: зб. статей. – К., 2015. – С. 3-13.
40. Федоренко М.О. Творчий спадок М. Бахтіна в контексті марксистської естетичної традиції [Текст] / М. О. Федоренко // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : Збірник наукових праць / М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. 27. – С. 47-53.
41. Хайдеггер М. Бытие и время / М. Хайдеггер ; пер. с нем. В.В.Бибихина. – СПб: «Наука», 2002. – 450 с.

42. Чепелева Н.В. Текстова інформація як чинник психологічного впливу на свідомість реципієнта / Н.В. Чепелева // Технології розвитку інтелекту : Електр.наук.журн. – Том 1, № 2 (2011).
43. Шамелашвили М.А. Функционально-стилистические и лексико-грамматические особенности газетных заголовков : автореф. дис ... канд. филол . наук / М.А. Шамелашвили ; Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореза. – М., 1982. – 24 с.
44. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник / С. В. Шевчук, І. В. Клименко. – К. : Алерта, 2014. – 694 с.
45. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком (психология манипулирования) / В. П. Шейнов. – Мн. : Харвест, 2004. – 816 с.

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ІМЕНІ Г.С. КОСТЮКА**



**ОСОБЛИВОСТІ СТОСУНКІВ
«ПСИХОТЕРАПЕВТ – КЛІЄНТ» У СУЧАСНОМУ
СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

Монографія

За редакцією З.Г. Кісарчук

Київ

2017

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту психології імені Г.С. Костюка
НАПН України (протокол №9 від 29 червня 2017 р.)*

Рецензенти:

Ставицька С.О. – доктор психологічних наук, професор, завідувачка кафедри загальної і соціальної психології та психотерапії факультету психології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

Сердюк Л.З. – доктор психологічних наук, професор, завідувачка лабораторії психології особистості імені П.Р. Чамати Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України.

О 33 **Особливості стосунків «психотерапевт – клієнт» у сучасному соціокультурному середовищі:** монографія / З.Г. Кісарчук, Я.М. Омельченко, Г.П. Лазос [та ін.] ; за ред. З.Г. Кісарчук. – Київ: Видавничий Дім «Слово», 2017. – 225 с.

ISBN 978-966-194-284-3

Коллективна монографія, підготовлена науковцями лабораторії консультативної психології та психотерапії Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, присвячена розгляду особливостей стосунків «психотерапевт-клієнт» у контексті психологічної допомоги постраждалим внаслідок важких травмивних подій. У монографії представлено результати досліджень з проведення теоретико-методологічного аналізу проблеми стосунків «психотерапевт-клієнт» у кризових соціокультурних умовах; з'ясування особливостей побудови психотерапевтичних стосунків з такими категоріями постраждалих, як внутрішньо переміщені особи (дорослі і діти), військовослужбовці, що зазнали фізичних ушкоджень, та інші ветерани, які знаходяться на реабілітації, і члени їхніх сімей; розгляду особливостей емоційних станів волонтерів-психологів/психотерапевтів у стосунках з постраждалими; встановлення специфіки спілкування психолога з населенням через друковані засоби масової інформації у кризових обставинах.

Монографія адресована як психологам – науковцям і практикам, викладачам вищих навчальних закладів, так і фахівцям інших «допоміжних» професій та волонтерам – усім, хто зайнятий у сфері психологічної та соціально-психологічної допомоги постраждалим внаслідок кризових травмивних подій..

Видано державним коштом. Продаж заборонено.

Номер державної реєстрації НДР **0115U000803**

ISBN 978-966-194-284-3

© Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2017

© Видавничий Дім «Слово», 2017