

# АВТОНОМНІСТЬ РЕДАКТОРА ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ: ШЛЯХ ДО ДІАЛОГУ АВТОРА ТА ЧИТАЧА

У статті розглядається роль редактора видання (рубрики), який готує до друку матеріали на психологічні теми. Акцентується увага на тому, що важливо і на часі не лише надавати правдиву й повноцінну психологічну інформацію і підтримку через друковані засоби масової комунікації, а й сприяти критичності читача, розвитку його здатності аналізувати відомості та рекомендації, активно розвиватись і стверджуватись як особистість. Досліджено значення такої якості особистості редактора як автономності, вплив її на постановку вимог до психологічних матеріалів, на встановлення діалогу між автором статті та читачем — отримувачем психологічної допомоги. Наводяться дані експериментального дослідження автономності як особистісної якості в редакторів вітчизняних наукових, науково-методичних, науково-популярних і популярних видань або окремих рубрик. Намічено перспективи конструктивних відносин авторів із громадянами в сучасних психотравмуючих умовах.



**Тетяна ГУРЛЄВА**, старший науковий співробітник Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ

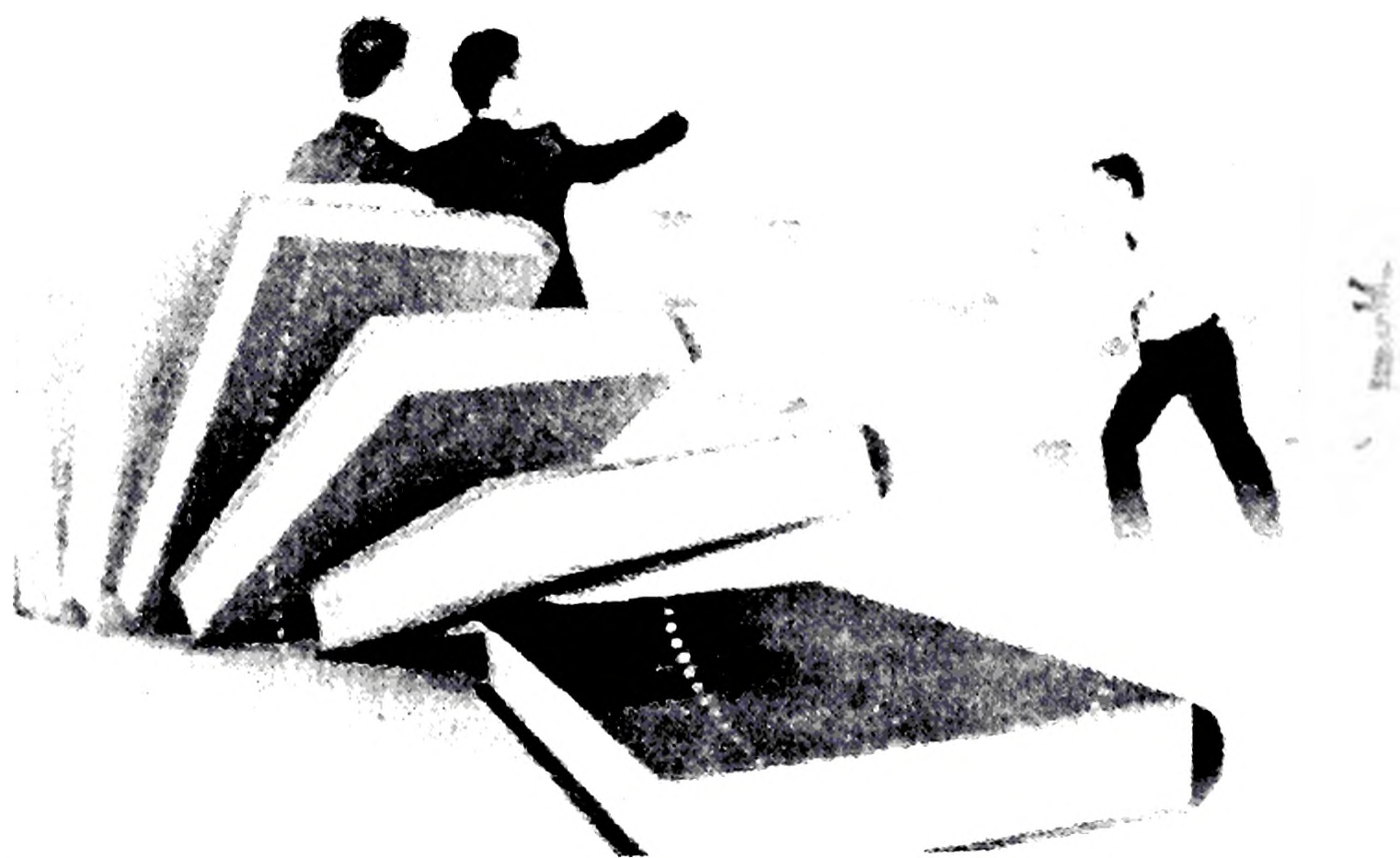
У ситуації інформаційного протистояння, у край небезпечним є:

*по-перше*, знецінення чи втрата в наших співвітчизників гуманних цінностей і смислів, віри в себе, у майбутнє своєї країни;

*по-друге*, викривлення свідомості, негативні зміни світогляду, насаджувані громадянам руйнівні настрої та життєві орієнтири.

Тому в край важливим є захист і зміцнення суб'єктності кожної людини, здатності її протидіяти будь-яким маніпулятивним впливам, виходити на рівень діалогу як у безпосередньому міжособистісному спілкуванні, так і під час комунікації через засоби масової інформації. До ЗМІ належать, зокрема, друковані видання й Інтернет-сайти, які пропонують населенню психологічні статті на болючі теми, аби допомогти впоратися з життєвою проблемою, успішно вирішувати нагальні питання, зберегти власну особистість і сприяти благополучному зростанню дітей і молоді. Вибіркове ставлення до відомостей і рекомендацій, їх вибагливе осмислення, внутрішня протидія явним чи замаскованим маніпулятивним впливам, зокрема через текстів ЗМІ, залежать від особистісної автономності автора, читача, а також тих фахівців, від яких залежить вихід готової психологічної продукції.

Метою статті було дослідження: автономності редакторів текстових видань і окремих рубрик та їх заступників (далі — редактори), що публікують психологічні матеріали; зв'язку цієї особистісної якості з вимогами до статей, через які стає можливим конструктивний діалог автора з читачем; автономності-залежності громадян України, їх очікувань щодо діалогічного спілкування з психологом через текст. Для досягнення поставленої мети було застосовано спеціально розроблену авторську анкету (окремо для редакторів і для читачів) (додаток 1 на с. 17) і дорослий варіант методики Г. С. Пригіна, яка називається «Автономність-Залежність».



## АВТОНОМНІСТЬ ЯК ЗДАТНІСТЬ ВЕСТИ ДІАЛОГ. ОСОБЛИВОСТІ ДІАЛОГІЧНОСТІ ТА МАНІПУЛЯТИВНОСТІ ТЕКСТУ

**Автономність**, або «ефективна самостійність», за Г. С. Пригіним, є однією з найважливіших інтегративних якостей особистості, яка відображає високий ступінь сформованості системи свідомої регуляції, яку можна розглядати і як тип суб'єктної регуляції, і як тип активності особистості.

Для виявлення особистісно-типологічних особливостей суб'єктної регуляції діяльності призначений тест «Автономність-Залежність». Методика діагностує два основних типи людей: *автономних* (тобто незалежних, самостійних) і *залежних* (несамостійних), а також виділяє третю групу — *невизначених*.

**Невизначені** — це такі індивіди, яких не можна зарахувати з достатньою мірою визначеності ані до автономних, ані до залежних, бо в них приблизно однаково виражені особливості, що притаманні як першому, так і другому типу.

Наведемо коротку характеристику особистостей, які потрапляють у кожную з виділених груп і увиразнено ознаки кожного із згаданих типів.

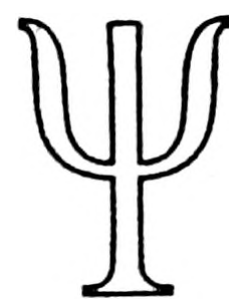
Суб'єкти **автономного** типу характеризуються більш відкритою пізнавальною позицією порівняно з залежними. У процесі навчальної діяльності автономні особистості відрізняються наполегливістю, цілеспрямованістю, більш розвинутим самоконтролем, схильністю до самостійного виконання робіт. У **залежних** ці риси майже не виявляються, а їхня навчальна діяльність пов'язана здебільшого з опорою на вказівки з боку більш обізнаного й авторитетного, з орієнтацією на його 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 та програми через зміни умов діяльності. Для них характерна адекватна самооцінка та впевненість у собі. Автономна особистість поважає й цінує себе, так само ставиться й до іншої людини (чим забезпечуються суб'єкт-суб'єктні відносини між тими, хто вступає у взаємодію).

Автономні учасники спілкування проявляють здібність ефективно здійснювати керівництво і контроль за діяльністю групи, а також виконувати різні функції в груповій взаємодії. Уважається, що найефективніші групи з автономних, а також із людей змішаного типу. Тож для успішного керівництва важливі і принципівість, і здатність шукати компроміси, так би мовити, «зупинити час» і відкласти або змінити рішення завдання.

Автономність як суб'єктна якість, по-перше, сприяє встановленню діалогу між суб'єктами, по-друге, у діалогічній взаємодії ця якість виявляється та розвивається.



**Діалог** — це умова людського існування, форма спілкування двох чи більше рівноправних, рівновільних, рівноунікальних осіб, які розкривають свою неповторність у змісті та способі своєї взаємодії. Це партнерське, гуманне, «людино-людське» відношення, яке сприяє відкриттю індивідом нових цінностей і смислів, що є базою для розуміння світу, осмислення власного призначення, свого життєвого шляху.

Важливою особливістю діалогу як цілісного процесу обміну думками та почуттями є визнання права опонента на власну позицію, відмова від тиску на його волю і погляди, від монопольного володіння істиною (Г. В. Дьяконов, В. М. Панферов, Л. І. Рюмшина, Н. В. Чепелева та ін.).

Негуманною формою впливу, що здійснюється шляхом омани, спокушання людини до дій, які вигідні ініціаторам такого впливу, є **маніпулювання**.

Воно суперечить діалогічній взаємодії, адже нав'язування уявлень, цінностей і смислів, «зомбування» людини позбавляє її здатності критично ставитися до всього, що їй пропонується, відповідати за свої наміри та вчинки. І якщо *діалог розкриває можливості людини*, яка залучена 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, суб'єктом свого життя. Під час маніпулювання людина не відкриває нові смисли й не керується ними, а живе, озираючись на того, хто править її свідомістю і поведінкою, некритично спрямовує почуття та вибір дії в тому напрямі, який вигідний маніпулятору.

Діалог можливий і може буде ефективним під час безпосередньої взаємодії людини з людиною, а також між автором статті та читачем через друкований, письмовий (буквений) текст. Адже будь-який текст, зауважують психологи, має «внутрішню діалогічну структуру» — він містить як відкриті, так і приховані апеляції до

одних авторів, полемізує з поглядами інших, спирається на авторитети, відомі факти, положення або піддає їх сумніву. Діалогічний текст містить апеляції до читача, його потреб, запитів, інтересів, орієнтований на певний рівень знань. Зіставлення різних поглядів, смислових позицій, яке притаманне діалогічному тексту, має на меті стимулювати в людини, що його сприймає, виникнення нового знання, нових ставлень і оцінок щодо розглянутих явищ, подій, проблем.

Діалогічність тексту полягає в його двосторонній спрямованості — як на автора, так і на читача. Маючи всі конституційні ознаки власне тексту (*інформативність, структурність, цільність, зв'язність тощо*), діалогічний текст вирізняється більшою комунікативною спрямованістю, яскраво вираженою адресністю та персоніфікованістю, зіставленням різних смислових позицій. Текст має на меті не лише інформування, але й розвиток особистості. Автор повідомлення претендує не лише на передачу певної інформації її отримувачу, але й на встановлення певного з ним контакту, трансляцію йому особистісних смислів, а також прагне до їх прийняття людиною. До діалогу спонукає вже сама назва публікації. Запрошенням до спілкування виступає також назва рубрики, де розміщено матеріал: 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 й поваги до автора психологічної статті. Сам текст наче зазиває читача, який готовий до такого спілкування, завдяки чому встановлюється взаєморозуміння та утворення спільного смислу.

До **засобів діалогізації** належать:

- комплекси питання-відповідь;
- риторичні запитання;
- окличні речення;
- різні форми звертання до читача;
- посилання до думки інших людей;
- пропозиція спільного розмірковування або до дії;
- різні форми спонукання;
- рекомендації, спрямовані до читача;
- експлікації можливих реакцій на повідомлення автора тощо.

**Діалогічність тексту передбачає:**

- зацікавленість партнерів одне в одному та в темі, яка обговорюється;
- взаємодовіру та повагу, симпатію, прийняття і бажання розуміти одне одного;
- обмін думками, передачу й отримання інформації;

— розмірковування над подією чи власними переживаннями;

— уміння робити усвідомлений вибір;

— здатність переносити отримані знання на інші життєві ситуації;

— зберігати досвід вирішення складних обставин.

Текст має бути зрозумілим, а також мотивувати читача до співбесіди, спонукати його до роздумів.

**Діалогічність тексту** визначається за такими параметрами:

— опорі на потреби певної категорії громадян;

— послідовність, ясність, логічність викладу цікавого для людей матеріалу;

— апелювання до думки читача за допомогою запитань, закликів до роздумів;

— аргументованість думок, наведення автором фактів, які не суперечать здоровому глузду і вже набутих знань читача;

— висновки передбачають власне судження та вибір дій читача.

Діалогічний текст створює і залишає в людини відчуття ясного і критичного усвідомлення змісту, бажання й далі розмірковувати над ним, збагачувати власний досвід і передавати його іншим. Діалогічність тексту сприяє пошуку варіантів виходу з певної критичної ситуації.

**Маніпулятивність тексту** може мати такі ознаки:

— автор «тисне» на потреби, почуття та емоції читача;

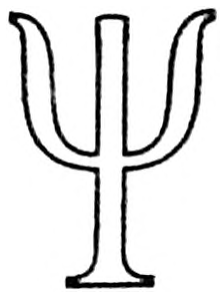
— текст нелогічний, незрозумілий, не дає можливості вибудувати власне судження, нав'язує орієнтири й конкретні способи та шляхи вирішення ситуації;

— 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 налаштований автор** сприяє пробудженню та зміцненню власних сил і можливостей особистості, виводить її зі стану скутості та невірноваженості, ненав'язливо пропонує шляхи пошуку власних резервів і перспектив — у цьому виявляється його щира та професійна допомога.

Ми розрізняємо такі форми спілкування з читачем:

- а) інформативне або пізнавально-орієнтирне спілкування;
- б) діалогічне, конструктивне спілкування;
- в) маніпулятивне, деструктивне спілкування.



**Діалогічне** (на відміну від маніпулятивного чи суто інформативного) спілкування, зокрема через текстові ЗМІ, прийнятне для різних категорій населення України, виявляє їх потребу в інформації, повазі, рівних відносинах, любові, симпатії, співпереживанні, співучасті, критичному оцінюванні подій, прийнятті відповідальних рішень тощо, що є показниками діалогічної комунікації.

Основними темами, на думку наших співвітчизників, які можуть бути висвітлені через ЗМІ названі: проблеми виживання, розуміння ситуації, надії на майбутнє для себе і своєї сім'ї, самопомоги і взаємодопомоги в стресових ситуаціях, навчання, освіта і працевлаштування. Серед особистих проблем на перших місцях виступають: здоров'я, робота, кар'єра, взаємини з батьками і дітьми тощо.

На діалогічне спілкування здатна людина, якій характерна така важлива суб'єктна якість як особистісна автономність, незалежність, що виражається в здатності спілкуватися «на рівних», поважати іншу особистість, її життєву позицію, і, розуміючи її проблему та співчуваючи їй, виявляти спільні точки дотику, знаходити оптимальні шляхи вирішення життєвої ситуації.

## ДАНІ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ АВТОНОМНОСТІ АВТОРА: АНАЛІЗ І ОБГОВОРЕННЯ

Ми провели анкетне опитування 28 мешканців України обох статей віком від 18 до 90 років, зокрема: серед працюючих громадян, пенсіонерів, працюючих пенсіонерів, студентів; волонтерів, переселенців, дружин і вдів військово-вслужбовців тощо.

Розглянемо деякі результати дослідження. Так, громадянам було запропоновано визначити **якості психолога, ознаки поведінки, що характеризують його як компетентного фахівця, до якого звертаються за допомогою**. 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, щоб він давав нетактовні поради, нав'язував свої «цінні вказівки», був багатослівним, «ліз у душу», виявляв «емоційну холодність», «зверхність».

На запитання **«Що Ви відчуваєте, коли стикаєтесь з маніпулюванням через друковані, текстові ЗМІ?»** серед основних почуттів зазначено такі: почуття приниження та неприйняття; бридко та неприємно; недовіру та злість; «хочуть обдурити, не поважають»; розчарування, презирство та сарказм, а також те, «що я розумний і можу впізнати маніпуляцію». Звичайно, таким, на думку опитаних, не повинен бути той, кому вони «розкривають душу». Коли громадяни спілкуються з

психологом, на їхню думку, діалогічно, то відчувають позитивні емоції, увагу, повагу та інтерес до себе, бажання розмовляти, відвертість у відносинах, «хочеться прислухатися», «довіряєш», «приємно». Ці дані підтверджують необхідність саме діалогічних відносин між автором психологічної статті та читачем, уникнення і подолання спроб маніпулятивного впливу на громадян. Відносини «на рівних» справляють на людину позитивне емоційне враження, сприяють ставленню до іншого й до себе як до особистості.

Нагальною потребою наших співвітчизників є отримання не лише інформації про психологічні стани і суспільні явища, а й фахової допомоги в пошуку та відновленні власних ресурсів у подоланні життєвих криз, спричинених війною, для духовного відродження та сходження.

Українці, яких ми опитали, виявляють бажання отримувати психологічну допомогу:

— 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 текстових ЗМІ в цьому переліку джерел психологічної допомоги є значною, хоча переважна більшість опитаних виділяє реальну або «віч-на-віч» допомогу як найбільш прийнятну. Респонденти зазначають таку особливість спілкування, як зоровий контакт, «коли бачиш психолога, його обличчя і відчуваєш, яка то людина». Думається, що саме ця ознака (зоровий контакт) значною мірою відіграє

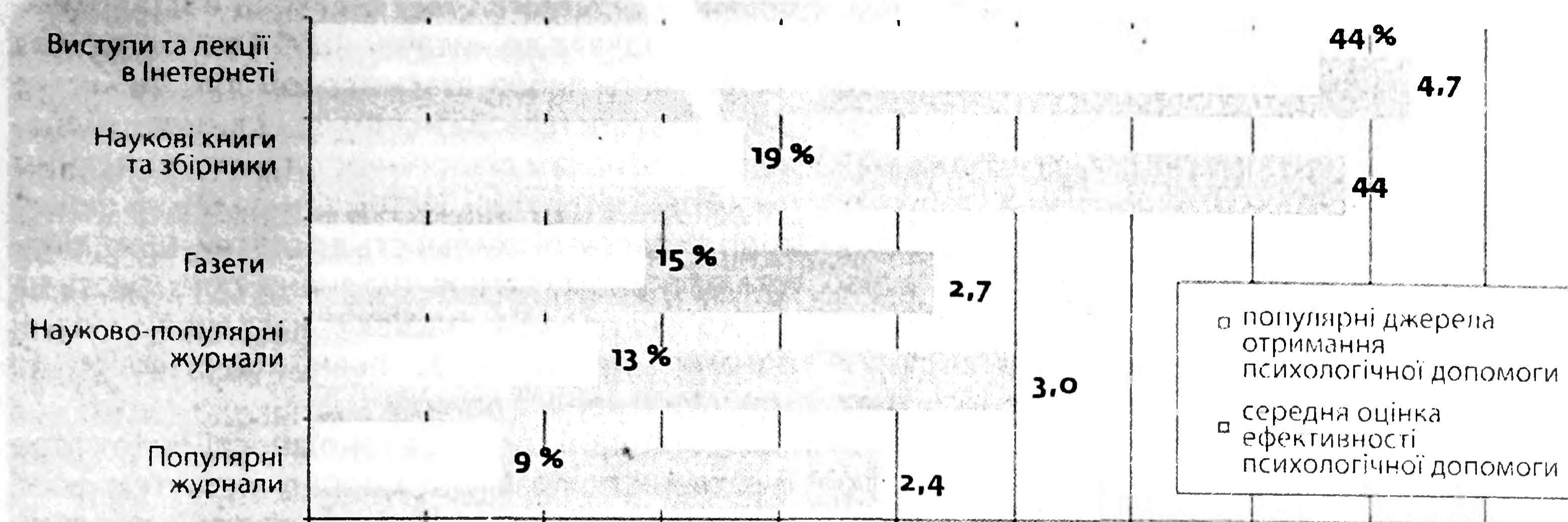


Рис 1. Популярність (за 10-бальною шкалою) та оцінка ефективності (у відсотках) друкованих, текстових джерел отримання психологічної допомоги населенням України (n = 28).

свою діалогічну роль у спілкуванні через ЗМІ, зокрема друковані, текстові, з використанням фото психолога, який відповідає на запитання людей або розкриває певні психологічні теми й розмірковує разом із читачами щодо їх сприйняття та вирішення.

На рис. 1 видно, яку популярність в опитаних громадян має певне джерело отримання психологічної допомоги й оцінка його ефективності. Так, лідером за показниками є «Виступи і лекції в Інтернеті», а аутсайдером — «Популярні журнали». Зауважимо, що найвища оцінка ефективності психологічної допомоги — 4,7 — дісталася «Виступам і лекціям в Інтернеті», але це лише середній бал, зважаючи на те, що оцінювання джерел здійснювалося за 10-бальною шкалою. Можливо, очну зустріч з фахівцем (або розмову «голосом» по «телефону довіри») люди оцінюють усе ж таки вище, ніж опосередковану допомогу.

Популярність і задоволеність людей Інтернет-матеріалами може свідчити як про перспективний розвиток цього інформаційно-комунікативного джерела, який стає все доступнішим, так і про доцільність підвищення відповідальності за якість психологічної допомоги через Інтернет.

Цікаво, що джерелами отримання психологічної допомоги виступають також художня і релігійна література, твори мистецтва, які «надихають», «очищують», «радіють», як можна вчинити в певній ситуації, пережити трагедію, травмуючу подію. Мабуть, доступність, переконливість, довершеність, діалогічність таких текстів багато в чому перевищує ту якість, яка спостерігається в статтях, які частіше бувають більш формальними, емоційно відстороненими від людини.

**З КОЖНИМ НОМЕРОМ!**

Ми опитали 20 редакторів видань, які готують до друку матеріали на різноманітні психологічні теми (анкета в додатку 1 на с. 17). Це такі видання, як-от науково-популярні, науково-методичні й популярні посібники та журнали, вітчизняні газети (або їх окремі рубрики), Інтернет-сайти. Для порівняння було проведено анкетне дослідження й серед громадян.

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. 2).

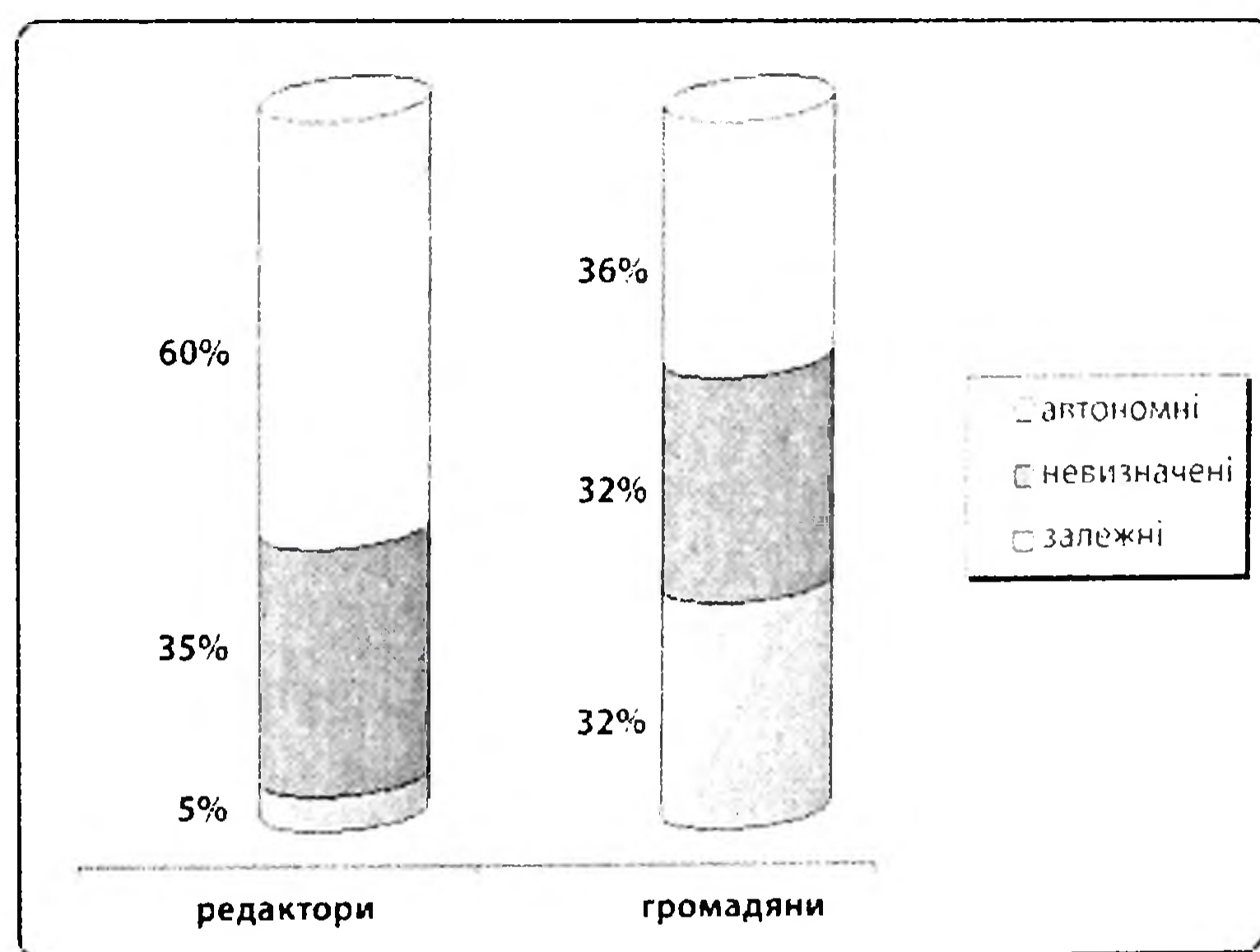


Рис 2. Порівняльний розподіл редакторів вітчизняних видань (n = 20) та громадян України (n = 28) за рівнями суб'єктної регуляції діяльності (за методикою Г. С. Пригіна «Автономність-Залежність»)

Незначна вираженість цієї суб'єктної якості в більшості громадян (рис. 2) указує на необхідність її розвитку, адже від неї сповна залежить здатність людини до діалогу, до критичності та

протидії руйнівним маніпулятивним впливам. Цю думку можна підтвердити тим, що автономні редактори, а також автономні читачі виявляють схильність до текстів, що характеризуються діалогічністю (анкета в додатку 1 на с.17, запитання №2).

На рис. 3 видно, що майже половина опитаних редакторів, які на пункт б) відповіли «завжди» належать 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 автономність як риса особистості певною мірою пов'язана зі здатністю людини до діалогічної взаємодії. До того ж автономність редакторів проявляється безпосередньо в конкретних вимогах до авторських матеріалів (за нашими даними, їх авторам оголошують 80% редакторів), які спонукають читача до роздумів, аналізу тексту, формування власної думки.

Установлено, що автономні редактори вимагають від авторів текст, що за пунктом б) характеризується діалогічністю. І навпаки, що нижчий тип саморегуляції діяльності, то нижча вимогливість до психолога-автора щодо діалогічності його тексту. Серед вимог до тексту «автономні» (і частково «невизначені») редактори зараховуються зокрема: інформативність, логічність, точність, цільність, послідовність викладення думок, зв'язність, текст має бути актуальним, цікавим і корисним, має бути «розуміння про-

блеми», «правдивість», «наукова обґрунтованість», «повага до читача», щоб текст «надихав на творчість, добро, взаємодопомогу», «не містив моралізаторства». Зазначимо: ці вимоги відповідають ознакам діалогічності тексту, описаним у науковій літературі. Натомість «залежні» редактори виявляють схильність до статей, що сприяють пасивному засвоєнню знань, орієнтують на конкретні поради, вказівки, настанови ззовні, а значить передбачають певну піддатливість до маніпулятивного впливу.

Цікаві дані щодо автономності редактора й готовністю розміщати поряд зі статтею фото її автора-психолога. Такі редактори пояснюють необхідність фотографії тим, що це сприяє «живому спілкуванню», «автор, як жива людина», «читач бачить автора й спілкується з ним, погоджується чи сперечається», «так краще встановлюється діалог», що може вказувати на спробу встановити діалогічний контакт між взаємодіючими сторонами — автором і читачем. А значить такий редактор прагне, аби матеріал, надрукований у його виданні, справив позитивний вплив на читача, вивів його на конструктивне вирішення життєвих проблем (згадаймо позитивне ставлення громадян до розміщення фото фахівця поряд із його статтею). Хоча є редактори, які дотримуються принципу «добровільності», бажання самого автора поміщати своє фото чи ні, посилаючись на те, що «текст має сам за себе говорити» (особливо це стосується газет). Така позиція може вказувати, з одного боку, на дотримання позиції толерантності до автора, або, з іншого, мабуть, — на певну байдужість до ролі психолога взагалі, його особистої відповідальності в процесі формування світогляду, переконань, думок людей, які звертаються до друкованої, текстової продукції та мають змогу «бачити» свого опонента.

Автономні редактори здебільшого обирають варіант відповіді б) та а), що підтверджує відомі в науковій літературі положення про те, що діалог між читачем і автором передбачає інформування про вже відомі для клієнта або зовсім невідомі йому факти про події і явища, що вибір на користь інформаційних даних не суперечить, а підкреслює значення «вступного слова» автора, ознайомлення (в деяких випадках це необхідно через відсутність відомостей) його з ситуацією, яка описується. Далі йдеться про можливість різнобічного розгляду події з різних позицій і можливістю вибудови власного погляду на те, що вже сталося чи відбувається в особистому або суспільному житті. Інша справа діється з такою подачею матеріалу, яка розрахована на некритичне виконання рекомендацій

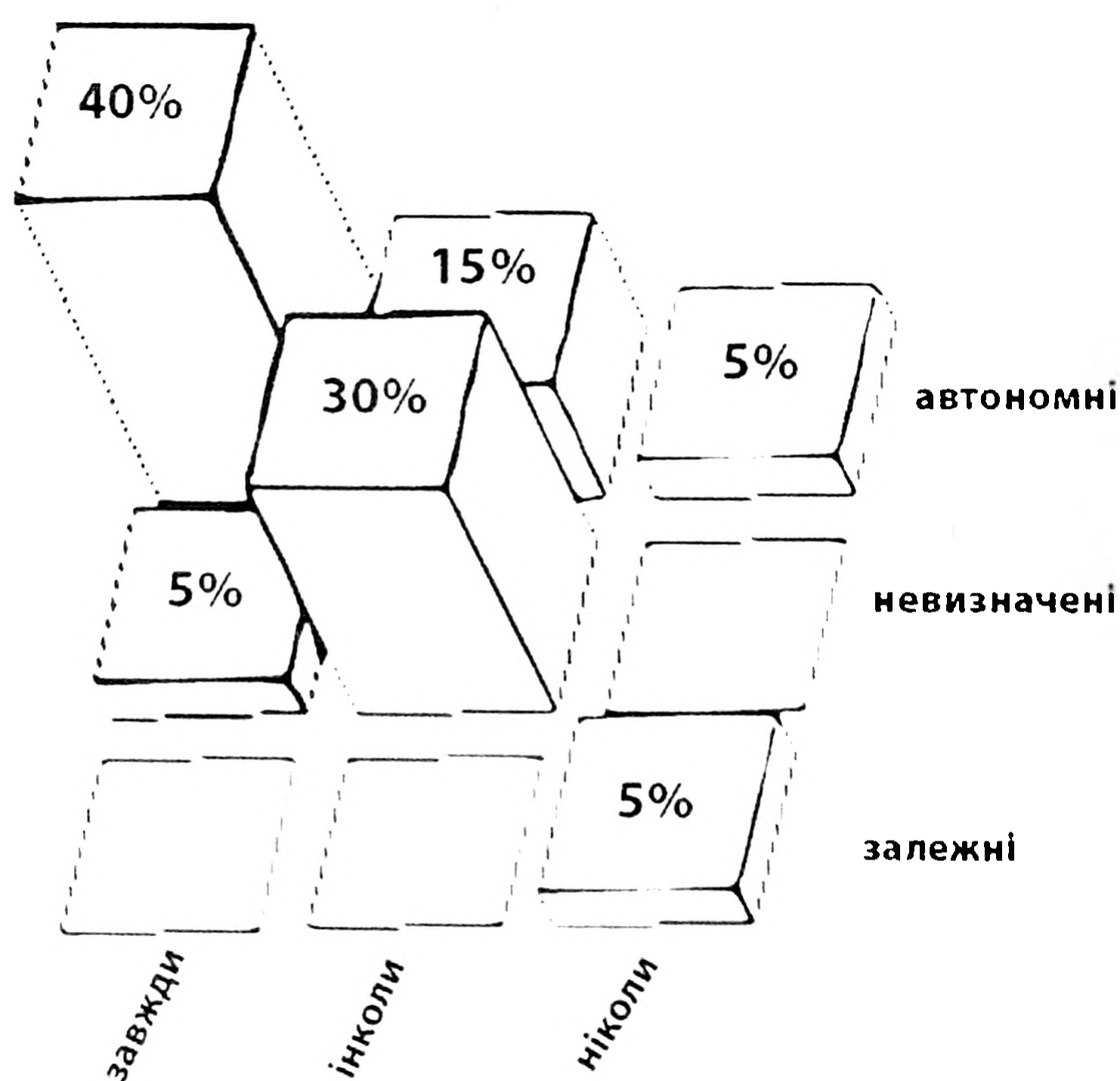


Рис. 3. Розподіл відповідей редакторів (n = 20) із різними рівнями суб'єктної регуляції діяльності (за методикою Г. С. Пригіна «Автономність-Залежність»)

і настанов, готовність читача, не роздумуючи, слідувати тому, що пропонує автор. Вибір відповіді в) більшою мірою стосується редакторів або ведучих рубрик, які характеризуються залежністю, інколи — мають невизначений тип суб'єктної регуляції діяльності. Такі редактори допускають (не «відфільтровують») статті, де автори дають лише чіткі рекомендації, без пояснень власної думки, не обговорюючи можливі наслідки своїх порад. До того ж статті такими працівниками видань відбираються безсистемно, а значить: не простежується логіка розкриття проблемних тем, їх насиченість, наступність, що вже саме по собі суперечить встановленню діалогічності, яка передбачає зрозумілість, чіткість, несуперечливість психологічних даних, якнайповніше розкриття варіантів виходу з ситуації.

Тепер розглянемо інший бік проблеми. Як сприймають читачі — отримувачі психологічної допомоги — тексти, які спонукають їх або до роздумів, активного сприйняття та розуміння змісту психологічної статті, або до пасивного, некритичного, бездумного споживання того, що їм пропонується? Як це зіставляється з автономністю-залежністю громадян? Українським громадянам, які брали участь в опитуванні, ставилося запитання щодо вибору прийнятного для них тексту («Послугуючись психологічною допомогою через друковані, текстові ЗМІ, Ви обираєте статті: пункти а), б), в)», аналогічні тим, які були в запитанні № 2 до редакторів). Для більшості споживачів друкованої, текстової психологічної допомоги прийнятний такий виклад матеріалу, який містить як загальну інформацію, так і таку, яка налаштовує на роздуми, формування власної думки, «розмову» з автором статті, тобто передбачає діалог із психологом. Такі читачі належать до групи автономних особистостей. Водночас ті, хто зараховані до групи залежних людей, більш орієнтовані на конкретні вказівки й рекомендації психолога («адже мені потрібна негайна допомога», «мені не до роздумів»). Громадяни, які нале-

жать до групи «змішаних», не надають переваги певній формі викладення матеріалу, послуговуючись статтями, поданими в будь-який спосіб.

Інформативно-орієнтирний стиль статей (пункт а)) як бажаний зазначається всіма типами респондентів, що вказує на те, що інформація важлива й доцільна за будь-якого викладу матеріалу, лише від діалогічного чи маніпулятивного стилю залежатиме, чи буде вона сприйматися як матеріал для роздумів, чи як пряма некритично сприйнята вказівка.

Окрім зазначеного, вибір джерел отримання психологічної допомоги в певній мірі свідчить про автономність-залежність людини. І навпаки, тип суб'єктної регуляції може впливати на вибір виду мас-медіа. Так, з табл. 1 видно, що газети та журнали користуються більшою популярністю в автономних особистостей, Інтернет — у залежних, телебачення — у невизначених.

Це підтверджує, що друковане слово потребує аналізу, роздумів, водночас як ТБ й Інтернет, напевно, більш приваблюють своїм оформленням, не вимагаючи від людини високого ступеню критичності та відповідальності в сприйманні авторських текстів, зокрема порад і настанов психологів, які виступають у цих засобах масової комунікації.

#### Загальні рекомендації та висновки

Отримання психологічної допомоги через друковані ЗМІ на сучасному етапі є вельми актуальним, і тому має відповідати певним вимогам.

Конструктивне спілкування між автором психологічної статті та читачем можливе за умови встановлення і підтримання діалогу між комунікантами. Це досягається завдяки особливостям тексту, зокрема його правдивості, послідовності, логічності тощо, що сприяє роздумуванню читача, пошук разом з автором статті нових поглядів, смислів, найоптимальніших виходів із життєвої ситуації.

Читач, який послуговується психологічною допомогою через друковані ЗМІ, спілкується з автором статті особисто, на рівні «психолог-

Таблиця

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

Джерела отримання психологічної допомоги	Типи суб'єктивної 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

читач», тобто вступає з ним у взаємодію. Саме в цей момент відбувається або власне інформування, або маніпулювання читачем із боку автора, або діалогічне спілкування з людиною, яке має на меті укріпити особистість психоемоційно, викликати в ній намір до активних дій щодо певних змін у собі, перегляду траєкторії власного життєвого шляху, якісного перетворення свого оточення. Співбесіда рівноправних партнерів по спілкуванню сприяє критичності, налагодженню людини на конструктивне й відповідальне вирішення складної життєвої ситуації чи наболілої проблеми.

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

Психолог-автор діалогічного тексту має бути фахівцем у своєму полі надання психологічної допомоги, добре знатися в потребах, інтересах, очікуваннях, психологічних властивостях певної категорії громадян у кризових соціокультурних умовах, учитися та досягати діалогічності свого тексту, самому протистояти та вчити населення опиратися деструктивним маніпулятивним впливам. Повага до читача як до співрозмовника, турбота про зростання його читацької компетентності вимагають від фахівця постійного вдосконалення професійних умінь і навичок ведення діалогів через текстові, друковані ЗМІ.

Підвищення діалогічної компетенції читачів залежить від діалогічності психолога й редактора видання. Від тих, хто замовляє психологічні матеріали й тих, хто їх пише, очікується особиста і професійна відповідальність перед читачем за підтримку й забезпечення становлення його суб'єктності, моральності та духовності, здатності критично ставитись до будь-якого друкованого матеріалу, зокрема на психологічну тему.

Діалогічне спілкування психолога та читача здійснюється за допомогою, посередництвом редакторів видань, які: 1) висувають певні вимоги до написання статей; 2) особисто дотримуються їх під час роботи над авторськими текстами;

3) мають автономний тип саморегуляції діяльності, тобто якість особистісної автономності, чи належать до змішаного типу.

Неінформативні, нецікаві матеріали, які з'являються в друкованих джерелах, такі, що не дають «їжі для розуму», не надихають на творчість і духовне самовдосконалення, не сприяють критичному осмисленню матеріалів, формуванню власної думки щодо них, не будуть читатися людиною, а значить і те видання, яке публікує такі статті, не буде мати або втрачатиме свою популярність серед сучасного населення. *Тобто можна говорити про взаємовплив і взаємовідповідальність усіх суб'єктів діалогічної взаємодії, зокрема психолога, клієнта і редактора видання.*

Зрозуміло, що важливою якістю психолога є діалогічна компетентність, здатність вести діалог із читачем, що передбачає обмін думками, довіру, повагу, критичне осмислення проблеми і думок опонента. Але ефективність психологічної допомоги через друкований текст значною мірою залежить від того, у якій формі, як матеріал уже вготовому вигляді доноситься читачеві, аби викликати й задовольнити його потребу в саморозвитку й підтримці інших людей. Ця роль належить редакторам видань або ведучим окремих рубрик. Редактор може сприяти діалогічності тексту, або, навпаки, змінити його так, що матеріал носитиме або суто інформаційний, або повчальний, моралізаторський характер (наприклад, замість «можливо», «бажано», що завбачують сумніви й роздуми, редактором вноситься «треба», «обов'язково»).

І опитані редактори, і громадяни України загалом зорієнтовані на діалогічне спілкування через друковані ЗМІ, що вимагається і від психологів, які мають фахово надавати дистанційну допомогу. Необхідною професійною рисою, яка впливає на діалогічність друкованого тексту, є автономність. Ця особистісна риса виявляється важливою для самого психолога, а також віртуального клієнта-читача, який має потребу й здатен вступати в діалог з автором статті.

**Особистісна автономність** є обов'язковою професійною якістю редакторів друкованих видань для сприяння встановленню діалогічної взаємодії психолога-автора тексту й клієнта-читача. Особистісна автономність редакторів виступає умовою становлення і вияву автономності авторів статей, а це стає умовою формування цієї суб'єктної якості в читача. Автономність редакторів виявляється безпосередньо в конкретних вимогах до авторських матеріалів, які спонукають читача до роздумів, формування власної думки.



**АНКЕТА для редакторів**

Шановні друзі!

Із метою дослідження особливостей і призначення матеріалів на психологічну тематику в друкованих, текстових ЗМІ, пропонуємо Вам відповісти на низку запитань як до фахівців, які проводять відбір статей для опублікування у виданнях, де Ви особисто є (будь ласка, підкресліть потрібне): редактором, зам. редактора, ведучим рубрики або інший варіант відповіді (допишіть)

**Укажіть:** своє прізвище та ініціали (за бажанням) \_\_\_\_\_; вік \_\_\_\_, стать \_\_\_\_, місце роботи \_\_\_\_\_, профіль видання — популярне, науково-популярне, науково-методичне (підкресліть чи допишіть потрібне \_\_\_\_\_), стаж роботи в друкованих виданнях \_\_\_\_\_.

**Запитання**

**1. На яку аудиторію розраховане видання, у якому Ви працюєте?**

На дітей; молодь; дорослих; батьків; фахівців (підкресліть).

Інші варіанти відповідей \_\_\_\_\_

**2. Для друку відбираються матеріали :**

а) суто інформаційного, пізнавального змісту (загальні відомості, на кшталт лікнепу тощо): завжди, інколи, ніколи (потрібне підкреслити);

б) які спонукають читача до роздумів, аналізу тексту, формування власної думки:

завжди, інколи, ніколи (потрібне підкреслити);

в) як конкретні вказівки, рекомендації, поради, які не передбачають сумнівів читача, а спонукають до прямого наслідування:

завжди, інколи, ніколи (потрібне підкреслити).

**3. Які матеріали, на Вашу думку, є абсолютно неприйнятними для друку у вашому виданні (виклад, зміст, спрямування тощо)?**

**4. Чи керуєтесь Ви конкретними вимогами до тексту?**

Так, інколи, ні (потрібне підкреслити).

**Чи оголошуєте їх перед автором статті?**

Так, інколи, ні (потрібне підкреслити).

**5. Назвіть Ваші основні вимоги до тексту, який надає психолог, зокрема**

до структури: \_\_\_\_\_

до змісту: \_\_\_\_\_

ще \_\_\_\_\_

**6. Чи розміщуєте Ви фото автора статті?**

Так, ні (потрібне підкреслити).

**Обґрунтуйте, будь ласка, свою відповідь** \_\_\_\_\_

**7. На розкриття яких психологічних тем або проблем, на Вашу думку, є нагальний попит українського суспільства в нинішніх соціокультурних умовах?** \_\_\_\_\_

**8. Розгляд яких питань є актуальним для тієї аудиторії, якою опікуєтесь особисто Ви у своїй професійній діяльності (див. запитання № 1 анкети)?** \_\_\_\_\_

Дякуємо за співпрацю!

**Використані джерела**

1. Прыгин Г. С. Психология самостоятельности: Монография. / Г.С. Прыгин. — Ижевск, Набережные Челны: Изд-во Института управления, 2009. — 408 с.

2. Сидоренко Е. В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию [Текст] / Е. В. Сидоренко // Психологические проблемы самореализации личности. — СПб. : СПбГУ, 1997. — С. 123—142.

3. 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 «ВІПОЛ», 2011. — 248 с.

4. Чепелева Н. В. Вплив смислової структури тексту на його розуміння читачем / Н. В. Чепелева, Л. П. Яковенко // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2011, Том. II, Психологічна герменевтика, Вип. 7. — С. 79—89.

5. Валгина Н. С. Теория текста: учеб. пособие / Н. С. Валгина. — М.: Логос, 2003. — 280 с.

**З КОЖНИМ НОМЕРОМ!**

# Психолог

Всукраїнська газета для психологів, учителів, батьків та студентів

№ 21—22 (621—622), листопад 2017

Кладка: Як зберегти  
психоемоційне  
здоров'я вчителя  
Програма

Корекція емоційного стану  
через рух  
Практичне заняття  
для підлітків

Емоційна прикраса  
як важлива  
життєва