

**Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
Філологічний факультет
Кафедра української літератури**

ЕВЕЛІНА БАЛЛА, МАР'ЯНА ВОТЬКАНИЧ

ОСНОВИ ІМІДЖЕЛОГІЇ

МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

Ужгород - 2023

Методичний посібник підготували
Балла Е.Ю. – кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української літератури;
Вотьканич М.І. – викладач кафедри української літератури.

Рецензент

Попик М.М. – кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичної інфраструктури та
готельно-ресторанного господарства

Відповідальний за випуск
Кузьма О.Ю. – кандидат філологічних наук,
доцент, завідувач кафедри української літератури

Балла Е., Вотьканич М. Основи іміджелогії. Методичний посібник (для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань **03 Гуманітарні науки** спеціальності **035 Філологія** спеціалізації **035.01 Українська мова та література** освітньої програми «Українська мова і література»). Ужгород, 2023. 52 с.

Рекомендовано до друку вченою радою філологічного факультету Ужгородського національного університету протокол № 9 від 28 червня 2023 року.

ЗМІСТ

1.	<i>ВСТУП.....</i>	<i>4</i>
2.	<i>ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....</i>	<i>6</i>
3.	<i>ТЕМАТИЧНИЙ КУРС ЛЕКЦІЙ.....</i>	<i>8</i>
4.	<i>ТЕМАТИКА ТА ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....</i>	<i>11</i>
5.	<i>ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ.....</i>	<i>22</i>
6.	<i>ПИТАННЯ НА ІСПИТ.....</i>	<i>23</i>
7.	<i>КОРОТКИЙ ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.....</i>	<i>25</i>
8.	<i>РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....</i>	<i>29</i>
9.	<i>ДОДАТКИ.....</i>	<i>33</i>

ВСТУП

Методичний посібник укладено відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни «Основи іміджелогії» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 03 Гуманітарні науки спеціальності 035 Філологія спеціалізації 035.01 Українська мова та література освітньої програми «Українська мова і література».

Мета вивчення навчальної дисципліни «Основи іміджелогії» – висвітлити теоретико-методологічні засади іміджелогії; ознайомити з базовими поняттями дисципліни, розглянути закономірності формування й трансформації іміджу, способи корекції та управління іміджем; розкрити особливості процесу побудови іміджу особи та організації; вивчення та оволодіння прийомами, методами психологічного впливу і переконання на людей у процесі комунікативної діяльності.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню в здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

- Здатність бути критичним і самокритичним.
- Здатність працювати в команді та автономно.
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Усвідомлення ролі експресивних, емоційних, логічних засобів мови для досягнення запланованого прагматичного результату.
- Здатність удосконалювати та розвивати свій інтелектуальний і загальнокультурний рівень, професійно застосовувати поглиблені знання з обраної філологічної галузі: мовознавства, літературознавства, фольклористики, перекладознавства, прикладної лінгвістики, літературної критики тощо; володіння навичками управління інформацією.

Програмні результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Основи іміджелогії»:

- Оцінювати власну навчальну та науково-професійну діяльність, будувати і втілювати ефективну стратегію саморозвитку та професійного самовдосконалення.

- Застосовувати сучасні методики і технології, зокрема інформаційні, для успішного й ефективного здійснення професійної

діяльності та забезпечення якості дослідження в конкретній філологічній галузі.

- Знаходити оптимальні шляхи ефективної взаємодії у професійному колективі та з представниками інших професійних груп різного рівня.

- Застосовувати знання про експресивні, емоційні, логічні засоби мови та техніку мовлення для досягнення запланованого прагматичного результату й організації успішної комунікації.

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Основи іміджології»:

- Засвоєння комплексу теоретичних знань з іміджології з метою їх успішного практичного застосування для створення позитивного та ефективного іміджу.
- Володіння навичками конструювання бажаного (відповідного) іміджу особистості чи колективу під час здійснення своєї професійної діяльності.
- Здатність адаптуватися в професійному та соціальному середовищі, володіти критичним мисленням.
- Володіння основними етикетними нормами, знання правил ділового етикету.
- Здатність розвивати свій емоційний інтелект та лідерські якості.
- Володіння навичками комунікативного впливу, умінням правильно, грамотно й переконливо висловлювати свої думки.
- Здатність працювати над собою, самоудосконалюватись, підвищувати свій інтелектуальний рівень.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: іспит, модульна контрольна робота, поточне оцінювання; усне опитування, письмові практичні роботи, тестування, виконання творчих завдань (презентація, есе), проходження онлайн-курсу з відповідним сертифікатом.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретичні аспекти іміджології

Тема 1. Вступ. Імідж та його соціально-психологічна природа. Історія формування іміджології як науки.

Предмет і завдання курсу. Становлення іміджології як науки. Загальні ознаки іміджу. Соціально-психологічна природа іміджу. Сприйняття і реальна дійсність. Імідж як об'єктивне явище. Суть поняття «імідж», його компоненти. Основні чинники, що створюють імідж людини. Архетипи та стереотипи у процесі формування іміджу. Імідж і образ. Імідж і репутація. Імідж і бренд. Особистий бренд. Імідж і мода. Види іміджу: персональний, корпоративний, регіонально-територіальний.

Тема 2. Комунікація в побудові професійного іміджу.

Спілкування як вид соціальної взаємодії. Вербальні та невербальні чинники комунікації. Приватне та ділове спілкування. Мова. Інтонація. Голос. Манера говорити. Мова тіла. Жести та міміка. Публічні виступи як вид комунікації. Типи промов. Підготовка до публічного виступу. Упевненість у собі та переконливість. Сугестивні прийоми. Правила ефективного спілкування. Імідж оратора і слухача.

Тема 3. Феномен лідерства та харизма особистісного іміджу.

Структура іміджу особистості. Феномен лідерства. Типи лідерів. Зовнішність та психологія лідера. Основні чинники харизми. Позитивний та негативний імідж. Імідж політичного лідера. Психологічні механізми сприйняття лідера. Лідери в середовищі митців.

Тема 4. Емоційний інтелект.

Суть поняття «емоційний інтелект». Природа емоційного інтелекту. Емоції як ресурс. Емоції як інструмент. Емпатія. Управління емоціями. Емоційна гігієна. Емоції та раціональність. Мотивація.

Тема 5. Гендерні аспекти іміджу.

Роль гендерних стереотипів у життєдіяльності особистості. Гендерні ролі. Гендер і робота. Імідж жінки та імідж чоловіка: спільне і відмінне. Діловий імідж чоловіка. Діловий імідж жінки. Імідж і сексуальність.

Модуль 2. Стратегії формування особистісного та корпоративного іміджу

Тема 1. Зовнішній вигляд у структурі іміджу особистості.

Зовнішність як важливий компонент іміджу особистості. Стиль. Одяг. Аксесуари. Зачіска. Макіяж. Освітлення і кольори. Стиль та імідж ділової людини. Зовнішність лідера. Уміння триматися перед аудиторією. Упевненість і привабливість. Теорія жестів. Зовнішній вигляд і професійна діяльність. Імідж педагога.

Тема 2. Імідж і етикет. Особливості ділового іміджу.

Поняття етикету. Історія формування етикету. Протокол. Взаємозв'язок іміджу та етикету. Світський та діловий етикет. Основні етикетні норми. Поведінка за столом. Етикет ділового спілкування. Етикетні норми у сфері комунікації.

Тема 3. Спосіб (стиль) життя як складова іміджу.

Поняття та основні критерії способу життя. Матеріальні, соціальні, політичні, духовно-моральні, культурні, природні умови способу життя людини. Складові способу життя: фізичне й душевне здоров'я, рівень освіти та культури, соціальний статус, рівень і якість життя, комунікативні зв'язки, самооцінка, менталітет, інтелект тощо. Здоровий спосіб життя. Здорове харчування: тарілка здорового харчування, харчова безпека, режим харчування. Стрес. Фізична активність. Сон. Шкідливі звички та імідж. Гігієна.

Тема 4. Корпоративний імідж

Принципи створення корпоративного іміджу. Внутрішній і зовнішній корпоративний імідж. Керівник, кадри та імідж організації. Корпоративна культура. Роль психологічного клімату в колективі у створенні позитивного іміджу організації. Службовий етикет. Імідж-атрибутика: бренд, логотип фірми, реклама. Офіс (кабінет) як компонент іміджу організації (особистості).

Тема 5. Імідж держави.

Компоненти іміджу держави. Зовнішній та внутрішній імідж країни. Державна символіка як візитівка держави. Історична зумовленість іміджу країни. Політичні лідери. Міжнародна репутація. Соціальні та ментальні чинники іміджу держави. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу держави.

ТЕМАТИЧНИЙ КУРС ЛЕКЦІЙ

Тема 1. Вступ. Імідж та його соціально-психологічна природа. Історія формування іміджології як науки.

Лекція 1-2.

1. Предмет і завдання курсу.
2. Іміджологія як наукова дисципліна, її зв'язок з іншими дисциплінами.
3. Суть поняття «імідж», його компоненти.
4. Основні чинники, що створюють імідж людини.
5. Архетипи та стереотипи у процесі формування іміджу.
6. Імідж і образ.
7. Імідж і репутація.
8. Імідж і бренд. Особистий бренд.

Тема 2. Комунікація в побудові професійного іміджу.

Лекція 3-4.

1. Спілкування як вид соціальної взаємодії.
2. Вербальне спілкування.
3. Невербальні засоби комунікації.
4. Етикет у спілкуванні.
5. Правила ефективного спілкування.
6. Імідж оратора.

Тема 3. Феномен лідерства та харизма особистісного іміджу.

Лекція 5.

1. Феномен лідерства. Типи лідерів.
2. Зовнішність та психологія лідера.
3. Суть та чинники харизми.
4. Харизматичний імідж.
5. Харизматична комунікація.
6. Імідж політичного лідера.
7. Лідери в середовищі митців.

Тема 4. Емоційний інтелект.

Лекція 6.

1. Суть поняття «емоційний інтелект».
2. Природа емоційного інтелекту.
3. Емоції як ресурс і як інструмент.
4. Емпатія.
5. Управління емоціями.
6. Емоційна гігієна.
7. Емоції та раціональність. Мотивація.

Тема 5. Гендерні аспекти іміджу.

Лекція 7.

1. Роль гендерних стереотипів у життєдіяльності особистості.
2. Гендерні ролі.
3. Гендер і робота.
4. Імідж жінки та імідж чоловіка: спільне і відмінне.

Тема 6. Зовнішній вигляд у структурі іміджу особистості.

Лекція 8-9.

1. Зовнішність як важливий компонент іміджу особистості.
2. Стиль та імідж ділової людини.
3. Діловий гардероб.
4. Міміка, жести, манера говорити – важливі складові професійного іміджу ділової людини.
5. Зовнішність лідера. Уміння триматися перед аудиторією. Упевненість і привабливість.

Тема 7. Імідж і етикет. Особливості ділового іміджу.

Лекція 10-11.

1. Поняття етикету. Історія формування етикету.
2. Взаємозв'язок іміджу та етикету.
3. Світський та діловий етикет.
4. Основні етикетні норми.
5. Етикет ділового спілкування.

Тема 8. Спосіб (стиль) життя як складова іміджу.

Лекція 12.

1. Поняття та основні критерії способу життя.
2. Матеріальні, соціальні, політичні, духовно-моральні, культурні, природні умови способу життя людини.
3. Здоровий спосіб життя.
4. Здорове харчування: тарілка здорового харчування, харчова безпека, режим харчування.
5. Шкідливі звички та імідж.

Тема 9. Корпоративний імідж

Лекція 13.

1. Принципи створення корпоративного іміджу.
2. Внутрішній і зовнішній корпоративний імідж.
3. Керівник, кадри та імідж організації.
4. Корпоративна культура.
5. Комунікативні системи в організації.
6. Службовий етикет.

Тема 10. Імідж держави

Лекція 14.

1. Складові іміджу держави.
2. Державна символіка як візитівка держави.
3. Історична зумовленість іміджу країни.
4. Політичні лідери.
5. Міжнародна репутація.
6. Соціальні та ментальні чинники формування іміджу держави.
7. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу держави.

ТЕМАТИКА ТА ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1. Теоретичні аспекти іміджелогії

Практичне заняття 1.

Імідж та його соціально-психологічна природа.

Іміджелогія як наукова дисципліна

План

1. Становлення іміджелогії як науки.
2. Суть і складові іміджу. Соціально-психологічна природа іміджу.
3. Види іміджу: персональний, корпоративний, регіонально-територіальний.
4. Головні чинники, що впливають на формування іміджу.
5. Основні компоненти персонального іміджу.
6. Імідж і мода.

Самостійна робота

Опрацювати за підручником Болотова В.О., Ляшенко Н.О., Агаларова К.А. Іміджологія. Текст лекцій. Харків: НТУ «ХП», 2021 (URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/53e3f9f6-a404-4a39-b273-b295c8de57c6/content>) матеріал про імідж як соціокультурний феномен та іміджологію як науку (с. 5–39).

Література

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. [для дист. навч.] / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008.
2. Болотова В.О., Ляшенко Н.О., Агаларова К.А. Іміджологія. Текст лекцій. Харків: НТУ «ХП», 2021. С. 5–39. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/53e3f9f6-a404-4a39-b273-b295c8de57c6/content>
3. Бугрим В.В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014.
4. Дячук В.П. Іміджологія. Соціокультурний вимір. Навчальний посібник. Київ: Ліра-К, 2017.
5. Мазоренко М. О. Імідж як феномен професійної культури. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2013. Вип. 13. С. 170–178. URL: http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol13/Pekp_2013_13_21.pdf

6. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с. URL: <https://docplayer.net/74717588-Formuvannya-imidzhu-organizaciyi.html>

Практичне заняття 2.

Комунікація в побудові професійного іміджу

План

1. Вербальні та невербальні чинники комунікації.
2. Компоненти невербального спілкування. Мова тіла.
3. Публічні виступи як вид комунікації. Підготовка до публічного виступу.
4. Імідж оратора і слухача.
5. Комунікативний етикет.

Самостійна робота

Опрацювати за посібником Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В. В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування : Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2019. 312 с. тему 4 «Вербальні та невербальні засоби етики ділового спілкування» (с.110–153).

Законспектувати і запам'ятати основні висновки і поради, подані в додатках до цього видання (с. 299–310).

Література

1. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В. В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування : Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2019. 312 с.
2. Карнегі Д. Як завойовувати друзів і впливати на людей. Харків: Промінь, 2014. 560 с.
3. Кушнірюк В. Комунікативний етикет державного службовця. Навчальний посібник. Київ: ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2013. 184 с.
4. Літвінова І., Котукова Т. Українська мова для іміджу та кар'єри. Харків : Вид-во «Ранок», 2019. 160 с.
5. Наварро Дж. Словник мови тіла. Секрети невербальної комунікації / пер. з англ. А. Легконця. Харків: Віват, 2023. 192 с.
6. Найдьонов І. Етика – естетика: дидактичний зміст : Навчальний посібник. Київ : Кондор, 2011. С.122–147.

7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : Навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
8. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : Навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 291 с.
9. Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі: Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2020. 288 с.
10. Спілкування в організації : Посібник / Автор-уклад. І. Калинич. Ужгород: Мистецька лінія, 1999. 112 с.
11. Тимошенко Н.В. Корпоративна культура: діловий етикет : Навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 391 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>
12. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.
13. Флемінг К. Говорити легко та невимушено. Як стати приємним співрозмовником. Харків: Книжний клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2022. 240 с.

Практичне заняття 3.

Феномен лідерства та харизма особистісного іміджу

План

1. Лідерство та його класифікації.
2. Типи лідерів. Позитивний та негативний імідж.
3. Поняття «харизма», харизматичний імідж.
4. Імідж політичного лідера.
5. Лідери в середовищі митців.

Самостійна робота

Законспектувати розділ «Лідерство в сучасній управлінській парадигмі» за посібником Нестуля О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера. Уроки видатних підприємців : навч посіб. Київ : Знання, 2013. С. 5–34.

Підготувати презентацію про одного з відомих діячів-лідерів (рекомендовано скористатися цією ж працею або книгою Підлуцький О. Лідери, що змінили світ. Харків: Фоліо, 2023. 444 с.).

Поміркувати над законами, що ними повинні, на думку Бодо Шефера, керуватися справді успішні люди – переможці (див. Додаток 2.).

Поміркувати, які три риси характеру варто виділити як ключові для особистості лідера (див. Додаток 3.).

Література

1. Бодо Шефер. Закони переможців. Як здійснити свої мрії. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 288 с.
2. Гоулман Д., Бояціс Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера / пер. з англ. Валерія Глінка. Київ: Наш Формат, 2022. 288 с.
3. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 144 с.
4. Книш А. Емоційний інтелект лідера у сфері бізнесу : навчальний посібник / за заг. ред. О. Г. Романовського, С. В. Калашникової. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.
5. Морган Дж. Лідер майбутнього. 9 навичок та ідей, що зроблять вас успішними в наступні 10 років. Харків: Віват, 2022. 320 с.
6. Нестуля О. О., Нестуля С. І., Кононец Н. В. Основи лідерства: електронний посібник для самостійної роботи студентів. Полтава : ПУЕТ, 2018. 241 с. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/10004>
7. Нестуля О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера. Уроки видатних підприємців : навч посіб. Київ : Знання, 2013. 358 с.
8. Підлущкий О. Лідери, що змінили світ. Харків: Фоліо, 2023. 444 с.
9. Романовський О. Педагогіка лідерства : монографія / О. Романовський, В. Михайличенко, Л. Грень. Харків : НТУ «ХП», 2023. 432 с.
10. Теорія і практика формування лідера: навчальний посібник / О. Романовський, Т. Гура, А. Книш, В. Бондаренко. Харків, 2017. 100 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/80a2cd49-a785-41bb-ad75-bfa2fd126e9c>
11. Ферацці К. Неформальне лідерство. Як надихати команду та досягати результатів / перекл. з англ. Я. Лебеденка. Харків: Книжний Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2022. 224 с.
12. Ходанич Л. П. Феномен іміджу у формуванні творчої особистості. *Науковий вісник Закарпатського художнього інституту*. 2010. № 1. С. 254–262. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/newtracaar_2010_1_33
13. Шубін С. Політичний маркетинг : монографія. Миколаїв: Іліон, 2018. С. 826–868.

Практичне заняття 4.

Емоційний інтелект у структурі іміджу особистості

План

1. Поняття «емоційний інтелект»: основні компоненти.
2. Розуміння емоцій.
3. Керування емоціями.
4. Розвиток емоційного інтелекту.
5. Розвиток соціального інтелекту. Емпатія.

Самостійна робота

Пройти 5 модулів курсу «Емоційний інтелект»: <https://eduhub.in.ua/courses/emocijnyy-intelekt>, занотуйте основні положення відеолекцій.

Опрацювати статтю «Іван Світличний: емоційний інтелект лідера» (Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Вип. 1 (49). Ужгород, 2023).

Поміркувати над тим, хто ще з українських митців володів потужним емоційним інтелектом, аргументувати свої спостереження.

Ознайомитися з основними лідерськими якостями, що є проявами емоційного інтелекту, сформульованими зарубіжними вченими Д. Гоулманом, Р. Бояцісом, Е. Маккі (див. Додаток 4.).

Література

1. Балла Е. Іван Світличний: емоційний інтелект лідера. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Філологія. Вип. 1 (49). Ужгород, 2023. С. 16–22.
2. Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер. з англ. С.-Л. Гумецької. Харків: Віват, 2023. 512 с.
3. Гоулман Д., Бояціс Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера / пер. з англ. Валерія Глінка. Київ: Наш Формат, 2022. 288 с.
4. Книш А. Емоційний інтелект лідера у сфері бізнесу : навчальний посібник / за заг. ред. О. Г. Романовського, С. В. Калашникової. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.
5. Носенко Е., Аршава І., Кутовий К. Форми відображеної оцінки емоційної стійкості та емоційної розумності людини. Дніпропетровськ : Вид-во «Інновація», 2011. 178 с.
6. Ферацці К. Неформальне лідерство. Як надихати команду та досягати результатів / перекл. з англ. Я. Лебеденка. Харків : Книжний Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2022. 224 с.

7. Хессон Джил. Кишенькова книжка емоційного інтелекту: невеличкі вправи для інтуїтивного життя / пер. з англ. Є. Бондаренко. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2023. 176 с.

Практичне заняття 5. Гендерні аспекти іміджу План

1. Гендерні стереотипи та імідж особистості.
2. Гендерні ролі.
3. Діловий імідж чоловіка.
4. Діловий імідж жінки.
5. Імідж і сексуальність.

Самостійна робота

Опрацювати розділи 3.2. Роль гендерних стереотипів у життєдіяльності особистості, 3.3. Соціально-психологічна феноменологія гендерних ролей та 3.4. Гендер і робота за підручником Ткалич М. Гендерна психологія. Навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2016. С. 158–213.

Література

1. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посіб. [для дист. навч.] / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Денисюк С. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера. *Політичний менеджмент*. 2007. № 2. С. 106–113. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/9061>
3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : Навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
4. Повна енциклопедія етикету / укл. О. Кривошей. Донецьк: ТОВ «Глорія Трейд», 2010. 384 с.
5. Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі : Навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006, 2020. 288 с.
6. Тимошенко Н. В. Корпоративна культура: діловий етикет : Навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 391 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>
7. Ткалич М. Гендерна психологія. Навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2016. 256 с.

Модуль 2. Стратегії формування особистісного та корпоративного іміджу

Практичне заняття 6.

Зовнішній вигляд як візитівка іміджу особистості

План

1. Роль зовнішнього вигляду у створенні іміджу професіонала.
2. Поняття стилю. Стиль і мода.
3. Одяг та аксесуари.
4. Зачіска та макіяж.
5. Зовнішній вигляд і професійна діяльність.
6. Імідж педагога.

Самостійна робота

Опрацювати за посібником Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі : Навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006, 2020. розділ 8 «Зовнішній вигляд – ключ до фінансового успіху» (с.190–223), законспектувати основні положення.

Переглянути відео: <https://www.youtube.com/watch?v=2nw3ijZKm5c>

Сформулювати основні секрети успіху за Олександром Авраменком.

Література

1. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посіб. [для дист. навч.] / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Внукова О. Позитивний імідж викладача як показник його педагогічної майстерності. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2970/5/Vnukova%20%D0%86%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B6.pdf>
3. Кушнірюк В. Комунікативний етикет державного службовця. Навчальний посібник. Київ : ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2013. 184 с.
4. Олексенко В. Формування професійного іміджу сучасного вчителя. *Проблеми освіти*. 2015. Вип. 84. С. 258–263. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/742>
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : Навч. посібник. Київ : Кондор, 2008. 356 с.
6. Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі : Навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006, 2020. 288 с.

7. Тимошенко Н. В. Корпоративна культура: діловий етикет : Навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 391 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>

Практичне заняття 7.

Основні правила ділового та світського етикету

План

1. Етикет та імідж.
2. Комунікативний етикет:
 - 1) етикет розмовного жанру;
 - 2) етикет невербальної комунікації;
 - 3) етикет вбрання та зовнішнього вигляду.
3. Правила поведінки за столом.
4. Діловий етикет: основні вимоги.

Самостійна робота

Пройти онлайн-курс «Діловий етикет (у форматі SCORM)» на платформі «Освітній Хаб міста Києва». URL: <https://eduhub.in.ua/courses/diloviy-etiket>.

Переглянути вебінар Ольги Сердюк на тему «Діловий етикет педагога: новації XXI століття»: <https://www.youtube.com/watch?v=7Chxf15gOJM>
Перевірити себе, виконавши тестові завдання (див. Додаток 5.)

Література

1. Бугай Н. Український етикет. Кн. 2. Етикет дорослої людини. Київ : Видавництво «Бібліотека українця», 2002. 256 с.
2. Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В., Ажажа М. А. Етика ділового спілкування : Навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006, 2019. 312 с.
3. Кушнірюк В. Комунікативний етикет державного службовця. Навчальний посібник. Київ : ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2013. 184 с.
4. Найдюнов І. Етика – естетика: дидактичний зміст : Навчальний посібник. Київ : Кондор, 2011. С. 122–147.
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : Навч. посібник. Київ : Кондор, 2008. 356 с.
6. Повна енциклопедія етикету / укл. О. Кривошей. Донецьк : ТОВ «Глорія Трейд», 2010. 384 с.

7. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : Навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 291 с.
8. Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі: Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2020. 288 с.
9. Тимошенко Н. В. Корпоративна культура: діловий етикет : Навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 391 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>
10. Фреймут О. Школа пані Фреймут: Етикет / іронічний майстер-клас. Київ: SNOWDROP, 2019. 96 с.

Практичне заняття 8. Здоровий спосіб життя План

1. Спосіб життя та імідж особистості.
2. Складові здорового способу життя.
3. Принципи здорового харчування.
4. Фізична активність та сон.
5. Гігієна.

Самостійна робота

Переглянути відео «Здоровий спосіб життя, принципи й складові»:
<https://www.youtube.com/watch?v=gMu8qHFdegs>

Проаналізувати свій спосіб життя, скориставшись питальником Дарки Озерної (див. Додаток 6.).

Література

1. Бодо Шефер. Закони переможців. Як здійснити свої мрії. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 288 с.
2. Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер. з англ. С.-Л. Гумецької. Харків : Віват, 2023. 512 с.
3. Найду Ума. Їжа для ментального здоров'я. Як харчуватися, щоб жити без стресу, депресії і тривожності / пер. з англ. Наталія Яцюк. Київ: Наш Формат, 2022. 344 с.
4. Озерна Д. Ви це можете! 7 складових здорового способу життя. Київ : Yakaboo Publishing, 2022. 160 с.
5. Ньютон А. Відредагване життя. Самоорганізація, якої може навчитися кожен. Харків : Віват, 2021. 288 с.

Практичне заняття 9.

Імідж організації та корпоративна культура

План

1. Імідж організації: основні компоненти.
2. Імідж-атрибутика: бренд, логотип фірми, реклама.
3. Офіс (кабінет) як компонент іміджу організації (особистості).
4. Діловий етикет – невід’ємна складова корпоративної культури.
5. Принципи спілкування в колективі. Бар’єри спілкування.

Самостійна робота

Опрацювати за посібником Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с. (Режим доступу: <https://docplayer.net/74717588-Formuvannya-imidzhu-organizaciyi.html>) матеріал на сторінках 12–30.

Література

1. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посіб. [для дист. навч.] / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В., Ажажа М. А. Етика ділового спілкування : Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2019. 312 с.
3. Гоулман Д., Бояціс Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера / пер. з англ. Валерія Глінка. Київ: Наш Формат, 2022. 288 с.
4. Спілкування в організації : Посібник / Автор-уклад. І. Калинич. Ужгород: Мистецька лінія, 1999. 112 с.
5. Тимошенко Н. В. Корпоративна культура: діловий етикет : Навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 391 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>
6. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с. URL: <https://docplayer.net/74717588-Formuvannya-imidzhu-organizaciyi.html>

Практичне заняття 10.

Імідж України

План

1. Імідж України: чинники формування.
2. Державна символіка як візитівка України.
3. Історична зумовленість зовнішнього та внутрішнього іміджу України.
4. Роль політичних лідерів у формуванні іміджу України.
5. Імідж України в умовах сьогодення. Україна як бренд.

Самостійна робота

Переглянути проєкт «Імідж країни» (URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=zla0IEeDxzk>;

<https://www.youtube.com/watch?v=7L7mv36--88>)

Підготувати есе «Імідж України в сучасних реаліях».

Література

1. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичний менеджмент*. 2009. №2. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/danylov_osoblyvosti.pdf
2. Руднева А., Мальована Ю. Імідж України в умовах сучасних інформаційних процесів: цифрової трансформації та становлення електронного урядування. *Вісник Львівського університету*. Серія філос.-політолог. студії. 2022. Випуск 42. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/42_2022/42.pdf
3. Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу. *Маркетинг в Україні*. 2011. №3. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229275.pdf>
4. Сухорольська І., Турчин Я. Громадська дипломатія та демократичний імідж держави : монографія. Львів : Видавництво Тараса Сороки, 2019. С. 178–211.
5. Хмель А.О., Мещерякова А.В. Зовнішньополітичний імідж країни: технології формування. *Молодий вчений*. №4 (92) квітень, 2021. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/502/486>
6. Україна 30. Імідж України. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zla0IEeDxzk>; <https://www.youtube.com/watch?v=7L7mv36--88>

Теми презентацій

1. Імідж і мода.
2. Імідж чоловіка та імідж жінки: спільне та відмінне.
3. Імідж педагога.
4. Імідж політика.
5. Імідж та шоу-бізнес.
6. Імідж і віртуальний світ.
7. Імідж і репутація.
8. Емоційний інтелект лідера.
9. Імідж письменника.
10. Імідж та етикет.
11. Здорове харчування: основні правила.
12. Мистецтво спілкуватися: основні секрети.
13. Війна та імідж України.
14. Роль ЗМІ у формуванні іміджу.
15. Реклама та імідж компанії.
16. Іміджмейкер та його функції.
17. Імідж та PR-технології.
18. Мова тіла в контексті іміджу особистості.
19. Діловий гардероб.
20. Правила поведінки за столом.

ПИТАННЯ НА ІСПИТ

1. Іміджелогія: основні поняття, предмет і мета курсу.
2. Історія становлення іміджелогії як науки.
3. Суть поняття «імідж», його компоненти.
4. Імідж і репутація.
5. Імідж і бренд.
6. Соціально-психологічна природа іміджу.
7. Фактори, що впливають на формування привабливого іміджу.
8. Архетипи та стереотипи у процесі формування іміджу. Імідж і образ.
9. Іміджмейкінг: сутність і завдання.
10. Імідж політичного лідера.
11. Зовнішній вигляд у структурі іміджу особистості.
12. Імідж лідера.
13. Емоційний інтелект як компонент іміджу.
14. Імідж педагога.
15. Стиль як основа іміджу. Види стилю.
16. Гендерні аспекти іміджу.
17. Одяг та аксесуари як одна із важливих складових частин іміджу.
18. Гардероб ділової людини: основні вимоги.
19. Лідерство і харизма. Лідери в середовищі митців.
20. Мовний етикет ділової людини.
21. Мова тіла і привабливий імідж.
22. Вербальні та невербальні чинники комунікації.
23. Публічні виступи як вид комунікації.
24. Імідж оратора та слухача.
25. Спосіб життя як складова іміджу.
26. Здоровий спосіб життя.
27. Здорове харчування: тарілка здорового харчування, харчова безпека, режим харчування.
28. Голос: фізіологічні властивості та основні якості, їх роль в іміджуванні.
29. Дизайн офісу (кабінету) як компонент іміджу фірми (особистості).
30. Імідж та етикет.
31. Правила поведінки за столом.
32. Етикет ділового спілкування.

33. Основні вимоги до ділового листування. Правила спілкування телефоном.
34. Корпоративна культура та імідж організації.
35. Керівник, кадри та імідж організації.
36. Імідж-атрибутика: бренд, логотип фірми, реклама.
37. Чинники формування іміджу країни.
38. Імідж України в сучасному світі.

КОРОТКИЙ ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК¹

Екфрасис – вербальне представлення візуального образу (с. 96).

Емпатія – здатність бачити світ з позицій іншої людини, поділяти її почуття й переживання (с. 97).

Етикет – встановлені соціумом правила поведінки, виконання яких є необхідною умовою для кожної особи (с. 98).

Імідж [англ. *image* – зображення, образ] – 1. Цілеспрямовано сформований образ, що складається з візуальних, інформаційно-комунікативних і соціальних компонентів, створюваний у результаті цілеспрямованої діяльності фахівців, а також у ході запланованих чи незапланованих подій з метою формування в іншій людині, спільноті чи населення позитивного чи негативного ставлення до певної особи, соціального інституту, організації, держави і т. ін. 2. Образ, у якому найбільш рельєфно проявляються ті якості, завдяки яким досягається ефект привабливості та репутації особистості, суб'єкта господарювання, партії, державної або суспільної установи, регіона або країни в цілому. 3. Змодельований образ, смислове навантаження якого використовується ЗМІ для спрощення сприйняття інформаційних і політичних процесів. 4. Емоційно забарвлений образ когось- або чого-небудь, що сформувався у масовій свідомості та має характер стереотипу. 5. Образ реального факта, події, явища, особи, що формується під впливом ЗМІ, реклами і діяльності іміджмейкерів. 6. Емоційно забарвлений символічний образ, узагальнене стереотипне уявлення, стихійно або цілеспрямовано сформоване у масовій свідомості, який у концентрованій формі передає сутність цієї структури та має певне інформаційне навантаження. 7. Символічний образ суб'єкта, який характеризується динамічністю, неподільною єдністю чуттєвих і змістових компонентів; відтворює потреби соціальної групи (с. 124–125).

Імідж держави – 1. Складний багатокомпонентний образ конкретної країни, що формується в двох напрямках: у сприйнятті держави її громадянами та в ставленні до неї у міжнародних відносинах. 2. Цілісне, багатокомпонентне уявлення, що містить як процеси відтворення реальних подій та фактів, історичних

¹ Визначення подано за виданням: Попова Т.В., Ліпкан В.А. Стратегічні комунікації: [словник] / за заг. ред. В.А. Ліпкана. Київ: ФОП О.С. Ліпкан, 2016. 416 с.

особливостей, так і сприйняття цих параметрів населенням, що має суб'єктивний характер (с. 125).

Імідж організації – репутація, рівень довіри до організації, що склалася у споживачів, партнерів, конкурентів, підтримувана іміджмейкерами та фахівцями по зв'язках із громадськістю (с. 125).

Іміджелогія – [англ. image + гр. logos – слово, поняття, вчення] синкретична наукова дисципліна, що поєднує відомості ряду наук і досліджує проблеми створення і закріплення різних типів іміджу (с. 126).

Імідж-комунікації – різноманітні засоби невербального й вербального представлення у ході комунікації персонального або групового іміджу й відповідних вражень, у яких зацікавлений носій іміджу (с. 126).

Іміджмейкер – [англ. image + make – робити + er – професійна діяльність] – професія фахівця у сфері створення і закріплення образів, фахівець зі створення образу окремої особистості, або репутації конкретних соціумів, демографічних прошарків, господарчих суб'єктів, державних і недержавних установ, регіонів, нації, держави (с. 126).

Іміджмейкінг – [англ. image + making – вироблення] – галузь діяльності, спрямована на проектування, створення і закріплення у свідомості певних образів кого- або чого-небудь (с. 126).

Іміджування – науково обґрунтований і технологічно апробований процес розроблення й засвоєння іміджу, його штучна презентація у спілкуванні та у засобах масової інформації (с. 126).

Комунікативна стратегія – когнітивний процес у спілкуванні, за якого відбувається глобальний рівень усвідомлення ситуації, в якому мовець співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовним вираженням (с. 198).

Комунікація [лат. communicatio – зв'язок, повідомлення] –
1. Фундаментальна ознака людської культури, яка полягає в інтенсивному взаємному спілкуванні людей на основі обміну різного роду інформацією; феномен, що розкриває смисловий аспект соціальної взаємодії та спілкування, які орієнтовані на духовне приєднання до інших, або приєднання їх до себе чи одне до одного.
2. Модус існування явищ мови (поряд із мовленням); спілкування за допомогою вербальних та невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.
3. Процес обміну інформацією.
4. Обмін інформацією між індивідами від джерела (адресанта) до одержувача

(адресата) засобами спільної системи символів або коду. 5. Обмін інформацією, спілкування, між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони та захисту інформації. 6. Процес взаємодії людей і способи спілкування, які дозволяють створювати, передавати й приймати інформацію від джерела до отримувача за допомогою певного каналу; процес досягнення розуміння (А. Баркер) (с. 201).

Комунікація невербальна – засоби позамовного коду (жестура, міміка, поза, погляд, манера триматися, а також одяг, парфум тощо) (с. 202).

Комуникативна діяльність – 1. Діяльність, предметом якої є спілкування з іншою людиною – партнером по спілкуванню, спрямоване на пізнання інших, а через них і за їхньою допомогою – на самопізнання й самооцінювання. 2. Особлива форма міжособистісної взаємодії, що реалізується за допомогою сукупності ситуативних комуникативних актів, утворюючи змістовий контекст міжособистісних взаємин, забезпечуючи взаєморозуміння між людьми, сприяючи досягненню ними спільних цілей у різних видах спільної діяльності. 3. Складна багатоканальна система взаємодії людей, що базується на передачі та обміні інформацією (с. 197–198).

Корпоративна культура – 1. Система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки членів корпорації, які вирізняються стилем поведінки, ставленням до роботи, рівнем взаємного співробітництва, ступенем ідентифікації корпоративних членів з метою корпорації. 2. Система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, притаманних даній корпорації, відображають її неповторність і сприйняття себе та інших у соціальному і / речовому середовищі, проявляється в поведінці, взаємодії, комунікації (с. 209–210).

Корпоративний брендинг – послідовні й адекватні певній конкретній корпоративній культурі стратегії і заходи, що формують уявлення про організацію (підрозділ або міністерство в цілому), вирізняючи її з-поміж інших; створюють засади для просування позитивного іміджу (с. 210).

Корпоративний імідж – груповий образ організації, установи, закладу, системи, що ґрунтується на проголошених цінностях, корпоративній культурі, вимогах з підбору персоналу і є невід’ємною

частиною PR-діяльності зі створення бренда чи підтримання ділової репутації (с. 210).

Лідер – той, хто посідає провідне місце серед інших подібних (с. 216).

Мовленнєвий етикет – сукупність правил, принципів і конкретних форм спілкування (с. 234).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балла Е. Іван Світличний: емоційний інтелект лідера. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Філологія. Вип. 1 (49). Ужгород, 2023. С. 16–22.
2. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посіб. [для дист. навч.] / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.
3. Бодо Шефер. Закони переможців. Як здійснити свої мрії. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 288 с.
4. Болотова В.О., Ляшенко Н.О., Агаларова К.А. Іміджологія. Текст лекцій. Харків: НТУ «ХП», 2021. 151 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/53e3f9f6-a404-4a39-b273-b295c8de57c6/content>
5. Борґ Дж. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування / пер. з англ. Н. Лазаревич. Харків: Ранок, 2019. 304 с.
6. Бугай Н. Український етикет. Кн. 2. Етикет дорослої людини. Київ: Видавництво «Бібліотека українця», 2002. 256 с.
7. Бугрим В.В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
8. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування : Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2019. 312 с.
9. Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер. з англ. С.-Л. Гумецької. Харків: Віват, 2023. 512 с.
10. Гоулман Д., Бояціс Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера / пер. з англ. Валерія Глінка. Київ: Наш Формат, 2022. 288 с.
11. Дячук В.П. Іміджологія. Соціокультурний вимір. Навчальний посібник. Київ: Ліра-К, 2017. 308 с.
12. Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О., Прищак М., Залюбівська О. та ін.]. Вінниця : ВНТУ, 2011. 309 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Lesko_Oleksandr/Etyka_dilovykh_vidnosyn.pdf
13. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 144 с.
14. Карнегі Д. Як завойовувати друзів і впливати на людей. Харків: Промінь, 2014. 560 с.

15. Книш А. Емоційний інтелект лідера у сфері бізнесу : навчальний посібник / за заг. ред. О. Г. Романовського, С. В. Калашникової. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.
16. Койл Д. Культурний код. Секрети успішної взаємодії в команді / пер. з англ. О. Асташова. Київ: Наш Формат, 2023. 208 с.
17. Кушнірюк В. Комунікативний етикет державного службовця. Навчальний посібник. Київ: ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2013. 184 с.
18. Літвінова І., Котукова Т. Українська мова для іміджу та кар'єри. Харків : Вид-во «Ранок», 2019. 160 с.
19. Макаровець Ю. Дослідження іміджу публічної особи у лінгвістиці. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]*. Серія : Філологічні науки. 2013. Кн. 3. С. 75–80. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn_2013_3_16
20. Морган Дж. Лідер майбутнього. 9 навичок та ідей, що зроблять вас успішними в наступні 10 років. Харків: Віват, 2022. 320 с.
21. Найду Ума. Їжа для ментального здоров'я. Як харчуватися, щоб жити без стресу, депресії і тривожності / пер. з англ. Наталія Яцюк. Київ: Наш Формат, 2022. 344 с.
22. Найдъонов І. Етика – естетика: дидактичний зміст : Навчальний посібник. Київ : Кондор, 2011. 550 с.
23. Нестуля О.О., Нестуля С.І., Кононец Н.В. Основи лідерства: електронний посібник для самостійної роботи студентів. Полтава : ПУЕТ, 2018. 241 с. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/10004>
24. Нестуля О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера. Уроки видатних підприємців : навч посіб. Київ : Знання, 2013. 358 с.
25. Носенко Е., Аршава І., Кутовий К. Форми відображеної оцінки емоційної стійкості та емоційної розумності людини. Дніпропетровськ: Вид-во: «Інновація», 2011. 178 с.
26. Озерна Д. Ви це можете! 7 складових здорового способу життя. Київ : Yakaboo Publishing, 2022. 160 с.
27. Олексенко В. Формування професійного іміджу сучасного вчителя. *Проблеми освіти*. 2015. Вип. 84. С. 258–263. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/742>
28. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : Навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
29. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.

30. Підлуцький О. Лідери, що змінили світ. Харків: Фоліо, 2023. 444 с.
31. Повна енциклопедія етикету / укл. О. Кривошей. Донецьк: ТОВ «Глорія Трейд», 2010. 384 с.
32. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : Навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 291 с.
33. Романовський О. Педагогіка лідерства : монографія / О. Романовський, В. Михайличенко, Л. Грень. Харків : НТУ «ХП», 2023. 432 с.
34. Снітинський В., Завальницька Н., Брух О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі: Навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2020. 288 с.
35. Сухорольська І., Турчин Я. Громадська дипломатія та демократичний імідж держави : монографія. Львів : Видавництво Тараса Сороки, 2019. 272 с.
36. Теорія і практика формування лідера: навчальний посібник / О. Романовський, Т. Гура, А. Книш, В. Бондаренко. Харків, 2017. 100 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/80a2cd49-a785-41bb-ad75-bfa2fd126e9c>
37. Тимошенко Н.В. Корпоративна культура: діловий етикет : Навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 391 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>
38. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.
39. Ткалич М. Гендерна психологія. Навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2016. 256 с.
40. Ферацці К. Неформальне лідерство. Як надихати команду та досягати результатів / перекл. з англ. Я. Лебеденка. Харків: Книжний Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2022. 224 с.
41. Флемінг К. Говорити легко та невимушено. Як стати приємним співрозмовником. Харків: Книжний Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2022. 240 с.
42. Хессон Джил. Кишенькова книжка емоційного інтелекту: невеличкі вправи для інтуїтивного життя / пер. з англ. Є. Бондаренко. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2023. 176 с.
43. Ходанич Л. П. Феномен іміджу у формуванні творчої особистості. *Науковий вісник Закарпатського художнього інституту*. 2010. № 1. С. 254–262. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/newtracaar_2010_1_33
44. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра

спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська.
Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с. URL: [https://docplayer.net/74717588-
Formuvannya-imidzhu-organizaciyi.html](https://docplayer.net/74717588-Formuvannya-imidzhu-organizaciyi.html)

45. Шубін С. Політичний маркетинг : монографія. Миколаїв: Іліон,
2018. 1156 с.

ДОДАТКИ

Додаток 1. Що ж таке імідж?

ІМІДЖ (англ. image – образ) – штучний образ, цілеспрямовано створюваний у суспільній чи індивідуальній свідомості та підсвідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу. І. формують за допомогою практич. дій, агітації, пропаганди, реклами, нейролінгвіст. програмування тощо, він може сполучати як реал. властивості об'єкта, так і неіснуючі, приписувані. Це думки, настанови рац. або емоц. характеру про людину, предмет, систему, що виникли у психіці індивіда чи групи людей на основі образу, сформов. у їхньому суб'єктив. світі у результаті сприйняття певних характеристик цього об'єкта. Зазнач. характеристики, незважаючи на те, реал. вони чи уявні (а швидше певна суміш першого з другим), обов'язково виокремлюють та відповідно подають фахівці зі створення І. – іміджмейкери, які діють відповідно до вже напрацьов. у цій сфері методів і процедур, об'єднаних іміджологією. На думку деяких дослідників, іміджологія – наука, що вивчає проблеми формування й створення в сусп. свідомості образів сусп. інститутів (держави, політ. партій, організацій, установ) та окремих політ. лідерів, виробляє сукупність прийомів, технологій і засобів формування в сусп. свідомості відповід. образів реал. суб'єктів політики. Їхні опоненти наполягають на розширеному розумінні іміджології як комплекс. науки, що виникла на ґрунті багатоаспект. взаємодії донедавна далеких одна від одної галузей знань і практич. сфер людської діяльності (розрізняють І. особистості, організацій, держави, товар. І.)¹.

¹ Імідж / С. І. Грабовський. *Енциклопедія Сучасної України* [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-13264>

Додаток 2. Закони переможців від Бодо Шефера¹

- Закон 1: Ухвалюй рішення.
- Закон 2: Рости і вчися безупинно.
- Закон 3: Свідомо проживай сьогоднішній день.
- Закон 4: Зосередься на діяльності, що приносить дохід.
- Закон 5: Стань особистістю.
- Закон 6: Просто зроби це.
- Закон 7: Використовуй стрес правильно.
- Закон 8: Навчись долати труднощі.
- Закон 9: Не вигадуй велосипед.
- Закон 10: Розвивай імпульс.
- Закон 11: Мрій і живи своєю мрією.
- Закон 12: Стеж за здоров'ям.
- Закон 13: Нехай критика не лякає тебе.
- Закон 14: Викладайся на 110%.
- Закон 15: Використовуй проблеми як стимул для росту.
- Закон 16: Будь керівником і підлеглим в одній особі.
- Закон 17: Став перед собою великі цілі.
- Закон 18: Давай іншим те, що вони потребують
- Закон 19: Не відволікайся.
- Закон 20: Будь прикладом для інших.
- Закон 21: Починай усі важливі справи якомога раніше.
- Закон 22: Візьми на себе повну відповідальність.
- Закон 23: Навчися долати страхи.
- Закон 24: Зосередься на своїх сильних сторонах.
- Закон 25: Давай і пробачай.
- Закон 26: Розпоряджайся грошима розумно.
- Закон 27: Терпляче зводь свій фундамент.
- Закон 28: Оточи себе гідними прикладами.
- Закон 29: Сприймай незадоволеність як стимул для розвитку.
- Закон 30: Будь орлом, а не качкою.

¹ Бодо Шефер. Закони переможців. Як здійснити свої мрії. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 288 с.

Додаток 3. 22 риси істинного лідера¹

1. Зосередженість

«Кажуть, що бути лідером – це приймати важливі, але непопулярні рішення. Частково так і є, але, на мою думку, це применшує роль фокусування. Хороший лідер не звертає своєї уваги на незначущі речі. Він повинен краще за своїх конкурентів фокусуватись на головній справі. Щоб досягти найважливіших завдань, ви маєте випрацювати вибіркову байдужість. Інакше банальні дрібниці затягнуть вас на дно».

— *Тім Феррісс, автор і ведучий The Tim Ferriss Show*

2. Впевненість

«Лідер вселяє відчуття впевненості та прагнення "підкорятися", адже у нього є чітке бачення, він співчутливий та сильний наставник. Як жінка-лідер, я намагаюсь бути не просто самовдоволеною та напористою, а й зберігати найкращі риси свого південного виховання – щедрість та доброту. Саме ці риси допомагають мені завойовувати повагу інших».

— *Баррі Рафферті, генеральний директор Ketchum North America*

3. Відкритість

«Я ніколи не розуміла ідеї "носіння маски". Будучи лідеркою, я розумію, що єдиний спосіб змусити мою команду та моїх колег довіряти та покладатись на мене – це на 100% бути собою – відкритою, подекуди неідеальною, але завжди тією, яка натхненно виконує свою роботу. Лише так я маю свободу віддавати себе сповна та діяти послідовно. Вони знають, що їх чекає у будь-який момент. Жодних несподіванок».

— *Кері Поттс, очільниця відділу зв'язків з громадськістю ESPN*

4. Чесність

«Наші працівники – це відображення наших лідерських цінностей. Якщо ми граємось у агресивну застарілу гру, щоб завжди *бути* правими замість того, щоб *діяти* правильно, то обмежуємо повноцінний потенціал нашого бізнесу та даремно витрачаємо талант. Якщо ви зосередитесь на тому, щоб завжди діяти щиро, це позитивно вплине на ваш бізнес та культуру».

— *Гуннар Лавлейс, співзасновник та один з генеральних директорів Thrive Market*

5. Натхнення

¹ Матеріал подано за інтернет-джерелом: <https://theukrainians.org/22-kharakterystyky-lidera/>

«Мені часто кажуть: "Ви самі себе створили". Але це неможливо. Лідери не творять себе самі, їх скеровують на цей шлях. Коли я приїхав до США, у мене не було грошей чи якихось речей, окрім тих, що поміщались у спортивну сумку.

Але навіть тоді я не міг сказати, що у мене нічого не було. Інші люди надихали мене та ділилися порадами, а мої погляди та внутрішній драйв запалювали в мені пристрасть. Саме тому я завжди прагну ділитись мотивацією – з друзями чи з незнайомцями на Reddit. Я знаю силу натхнення, і якщо хтось зможе досягти величі, стоячи на моїх плечах, то я з радістю їм допоможу».

— *Арнольд Шварценеггер, колишній губернатор Каліфорнії*

6. Пристрасть

«Ви повинні любити те, що робите. Для того, щоб досягти успіху в якійсь сфері, треба стати одержимим, дозволити собі зануритись у неї з головою. Не важливо, наскільки успішним може стати ваш бізнес, ви не повинні задовольнятися дійсністю. Ви мусите прагнути більшого та кращого».

— *Джо Перез, співзасновник Tastemade*

7. Інноваційність

«У будь-якій системі з обмеженими ресурсами та необмеженим зростанням населення – як у бізнесі, так і для людства загалом, інновації необхідні не лише для досягнення успіху, а й для виживання. Новатори стають лідерами. Ви не можете виокремити одних від інших. Інновації мислення, технологій чи організацій – наша єдина надія у вирішенні проблем».

— *Обрі Маркус, засновник Onnit*

8. Терплячість

«Терплячість – це справжній іспит, що має на меті випробувати твою прихильність певній справі. Дорога до величі завжди тяжка, але видатні лідери знають, коли слід залишити справу, а коли продовжити. Якщо ваше бачення доволі сміливе, ви зіткнетеся з сотнями причин, чому щось "неможливо втілити в життя", і з десятками людей, що сумніватимуться у ваших можливостях. Багато факторів повинні вдало зійтись – зовнішні ринки, конкуренція, фінансування, потреби користувачів та, звісно, трохи удачі, – щоб зробити щось значуще».

— *Ден Браян, керівний директор WhipClip*

9. Стоїцизм

«Цього не уникнути: ми потрапимо в жахливі ситуації, інколи через помилки, які нам дорого обійдуться, інколи через непередбачувані поразки чи недобросовісних конкурентів. Стоїцизм вчить приймати невдачі як належне та очікувати їх. Лише так вдасться зберегти спокій, уникнути емоційної реакції та

погіршення ситуації. Тренуйте свій розум, зважайте на найгірший варіант розвитку подій та керуйте шкідливими інстинктивними реакціями – лише так ми вбережемось від перетворення жахливих ситуацій на фатальні трагедії».

— *Раян Холідей, автор книжки «Перешкода – це шлях» та колишній маркетинговий директор American Apparel*

10. Уважність до деталей

«Розуміння того, що стоїть за нашими даними, – це найкраще, що я зробив для свого бізнесу. Оскільки наш сервіс базується на підписці, для нас важливо зменшити відсоток передплатників, які її скасовують. Зменшення відсотка відмов з 6 до 4 – це 50% зростання цінності середньостатистичного передплатника.

Ми б ніколи не звернули на це уваги, якби не вміли правильно аналізувати дані».

— *Сол Орвелл, співзасновник Examine.com*

11. Автентичність

«Імітація – це справді один із найкращих компліментів, але коли йдеться про лідерство і про кожного з великих лідерів у моєму житті, то краще прагнути автентичності. Навчайтесь у інших, читайте автобіографії ваших улюблених лідерів, розвивайте навички... але ніколи не втрачайте свого унікального бачення, поглядів та особливо того, як ви приймаєте рішення».

— *Джеремі Блум, співзасновник та генеральний директор Integrate*

12. Відкритість до ідей

«Один із найбільших міфів про бізнес-лідерів полягає в тому, що вони, як великі мрійники, вперто йдуть до своїх цілей, що б не сталося. Але це дурниці. Насправді лідер повинен вміти мислити гнучко та пристосовуватись за потреби. Коли компанія все ще перебуває на стадії стартапу, планування часто переоцінене, а цілі – нестатичні. Натомість ви маєте вкладати більше енергії у побудову, розвиток та підтримку хороших відносин з людьми».

— *Деймонд Джон, генеральний директор Shark Branding та FUBU*

13. Рішучість

«У школі та в коледжі я часто підпрацьовував рефері на баскетбольних іграх. Ментор, який навчив мене судити ігри, дав мені одну хорошу пораду, яка годиться і для бізнесу: "Приймай рішення швидко, приймай рішення гучно і не озирайся".

У ризикованих ситуаціях рішучо зроблений неправильний вибір часто може привести до кращих довготермінових результатів та сильнішої команди, ніж слабке рішення, яке може виявитись правильним».

— *Скотт Гоффман, власник Folio Literary Management*

14. Привабливість

«Усі ми приносимо щось унікальне в цей світ, тому одразу помічаємо щось несправжнє. Що більше ви зосереджуєтесь на унікальних зв'язках із людьми та пошуках способу їм допомогти, то привабливішими ви стаєте. Для того, щоби покращити свій бізнес, потрібно бути не великим лідером, а лідером, якого поважають».

— *Льюїс Хоуз, автор бестселера за версією New York Times «Школа величі»*

15. Вміння делегувати

«Багато моїх уявлень про лідерство сформувались тоді, коли я була атлетом. Мої найуспішніші команди часто не мали значної концентрації таланту, але були сформовані зі спортсменів, які мали правильну комбінацію навичок, сильних рис та довіри одне до одного.

Для того, щоб створити суперуспішну команду, треба вміти делегувати повноваження та відповідальність. Часом це складно зробити. Інколи це ще складніше, ніж зробити щось самостійно. Але слід пам'ятати, що, обравши правильний проект та маючи підтримку, делегування дає чималі переваги. Лише так ви можете відшукати та розвинути здібності інших людей».

— *Шеннон Паппас, старший віце-президент Beachbody LIVE*

16. Позитивність

«Для того, щоб досягти величі, треба позитивно дивитися на життя. У компанії будуть злети та падіння, але саме позитивне ставлення допоможе рухатися далі. Однак будьте готовими до того, що ви мусите стати безстрашними. Варто справді вірити у те, що неможливе здатне стати реальністю».

— *Джейсон Харріс, генеральний директор Mekanism*

17. Щедрість

«Моя головна ціль – завжди бути найкращою версією самого себе. Усі ми ростемо – як колективне ціле, – коли я можу допомогти іншим зростати та розвиватись як особистості».

— *Крістофер Перілі, генеральний директор Pixel Mobb*

18. Наполегливість

«Один великий лідер якось мені сказав: "Наполегливість долає спротив". Після того, як я попрацював у Facebook, Intel та Microsoft і відкрив власну компанію, я зрозумів дві речі: усі великі справи потребують часу і ви повинні наполегливо продовжувати, що б там не було. Ось що означає бути лідером: бажання іти далі, коли інші хочуть зупинитись».

— *Ноа Кейтан, Chief Sumo, appsumo*

19. Здогадливість

«Необхідно бути здогадливим, щоб відрізнити важливе від неважливого у щоденному потоці справ. Це своєрідна мудрість — її можна розвинути з часом, якщо приділяти їй увагу, але вона також повинна бути частиною вашого характеру. Це вроджена риса. Якщо ви робите правильну здогадку, то люди вважають вас генієм. Але якщо ви помиляєтесь, то схожі на ідіота».

— *Дадж Бакта, засновник WhistlePig Whiskey*

20. Вміння спілкуватись

«Якщо люди не знають про ваші очікування щодо них, вони не можуть вас вразити, але це не їхня провина. Люди, з якими я працюю, постійно спілкуються, часто аж забагато. Але комунікація – це вміння балансувати. Ви можете чогось хотіти чи потребувати, але найважливіше – вміти ставитись до роботи як до співпраці. Ми завжди прагнемо дізнатись про ідеї та думки інших – саме тому так багато талановитих людей працюють разом з нами».

— *Кім Курлансік Рассен, партнер у TAO Group*

21. Підзвітність

«Значно простіше звинувачувати когось іншого, ніж брати на себе відповідальність. Але якщо ви хочете вчинити правильно, скористайтесь порадою фінансового експерта Леррі Роббінса. Він написав чудовий лист інвесторам про своє хибне припущення, яке коштувало їм значних втрат.

Потім він відкрив новий фонд, у якому не стягував платежів за менеджерські послуги, – нечуваний крок у світі венчурних інвестиційних фондів. Це і є характер. Це – відповідальність. Йдеться не просто про те, щоб взяти на себе провину, а й про те, щоби зробити наступний крок та виправити помилку».

— *Сандра Карреон-Джон, старший віце-президент M&C Saatchi Sport & Entertainment*

22. Невгамовність

«Справжні лідери вміють знаходити переваги в кожному учаснику своєї команди та прагнуть дивитись ширше. Краще вірити в те, що ваша команда не має відповідей на всі запитання. Бо якщо ви вірите в зворотне, то не ставите усіх потрібних запитань».

— *Нік Вулери, глобальний директор із маркетингу Stance Socks*

Додаток 4.

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ

Лідерські якості¹

Самосвідомість

- *Емоційна самосвідомість.* Лідери з високою емоційною самосвідомістю налаштовані на свої внутрішні сигнали, розуміючи, як їхні почуття впливають на них і їхню роботу. Вони добре відчують свої головні цінності та можуть інтуїтивно обрати найкращий спосіб дій, адже вміють бачити загальну картину складних ситуацій. Лідери з такою якістю можуть бути відкритими і щирими, говорити відверто про свої емоції, а також упевнено розповідати про своє провідне бачення.

- *Точна самооцінка.* Лідери з такою якістю зазвичай знають свої сильні сторони й обмеження, уміють посміятись із себе. Вони добре справляються з навчанням, коли мають потребу в удосконаленні, і завжди відкриті до конструктивної критики й відгуків. Точна самооцінка підказує лідерові, коли звернутися по допомогу і які нові навички розвинути.

- *Упевненість у собі.* Точне усвідомлення своїх здібностей дає змогу лідерам вигідно використовувати свої переваги. Такі лідери вміють показати свою присутність – завдяки впевненості в собі виділяються в групі.

Самокерування

- *Самоконтроль.* Лідер, який володіє самоконтролем, знає способи керування своїми деструктивними емоціями та імпульсами і навіть уміє спрямовувати їх у продуктивне русло. Найвищим проявом самоконтролю є спокій і незатуманений розум під тиском стресу чи під час кризи – або незворушність у складних ситуаціях.

- *Відкритість.* Відкриті лідери живуть відповідно до своїх цінностей. Справді відкриті лідери, які не приховують від інших своїх почуттів, переконань і вчинків, шанують чесність і цілісність. Вони визнають помилки або провини і зауважують неетичну поведінку інших, а не заплющують на неї очі.

- *Уміння пристосовуватись.* Лідери з таким умінням справляються з кількома завданнями без втрати концентрації або енергії; вони комфортно почуваються в неоднозначних ситуаціях, яких не уникнути в організаціях. Такі лідери вміють пристосуватися до нових випробувань,

¹ Гоулман Д., Бояцис Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера / пер. з англ. Валерія Глінка. Київ: Наш Формат, 2022. С. 257–260.

швидко налаштовуються на стрімкі трансформації та гнучко мислять, коли з'являються нові дані або реалії.

- *Цілеспрямованість.* Цілеспрямовані лідери мають високі особисті стандарти, які змушують їх постійно шукати способів удосконалити роботу – і свою, і тих, ким вони керують. Вони прагматичні, встановлюють помірні, але складні цілі, здатні оцінити ризик так, щоб їхня мета була варта зусиль, але досяжна.

- *Ініціативність.* Лідери, які мають відчуття ефективності – контролюють свою долю, – надзвичайно ініціативні. Вони хапаються за можливості – або створюють їх, – а не просто чекають. Такі лідери не бояться ризикувати й навіть інколи порушувати правила, якщо треба створити кращі можливості для майбутнього.

- *Оптимізм.* Лідер-оптиміст не занепадає духом. Він шукає в проблемах можливість, а не загрозу. Такі лідери бачать інших у позитивному світлі, очікуючи від них найкращого. Завдяки оптимізму сподіваються на те, що зміни у майбутньому підуть на краще.

Соціальна свідомість

- *Емпатія, або співпереживання.* Лідери з розвиненою емпатією вміють налаштовуватись на широкий спектр емоційних сигналів, дозволяючи їм відчувати наявні, але замовчані емоції людини або групи. Такі лідери уважно слухають і можуть зрозуміти думку іншої людини. Співпереживання дає лідерові змогу ладнати з людьми різного виховання і культур.

- *Відчуття організації.* Лідер з хорошим рівнем соціальної свідомості має гостре відчуття політичної ситуації, може визначати важливі соціальні зв'язки й тих, хто тримає в руках владу. Вони розуміють політичні сили, які діють в організації, а також цінності і мовчазні правила, які керують там людьми.

- *Служіння.* Лідери з цією якістю створюють таку емоційну атмосферу, в якій люди безпосередньо взаємодіють з клієнтами й утримують створені взаємини у правильному стані. Такі лідери стежать за задоволенням клієнтів, щоб переконатися, що вони отримують те, чого потребують. У разі потреби вони завжди доступні для розмови.

Керування взаєминами

- *Натхнення.* Натхненні лідери створюють резонанс і змушують людей до руху вперед за допомогою привабливих ідей або спільних місій. Вони втілюють те, що хочуть побачити в інших, і вміють так сформулювати спільну місію, щоб надихнути інших іти за собою. Вони

пропонують відчуття спільної мети, яка виходить за межі щоденних завдань, зацікавлюючи роботою.

- *Вплив.* Показники впливу лідера коливаються від уміння зацікавити конкретного слухача до вміння створити злагоду між потрібними людьми і знайти підтримку для ідеї. Впливові лідери вміють переконати і зацікавити, коли звертаються до групи.

- *Розвиток інших.* Лідери із цією якістю виявляють щирі цікавість до тих, кому вони допомагають, розуміють їхні цілі, переваги й вади. Вони вміють надати вчасний і конструктивний відгук, а також природжені наставники і тренери.

- *Каталізатор змін.* Лідери, які можуть розпочинати зміни, здатні побачити потребу в трансформаціях, поставити під сумнів статус-кво і боротися за новий порядок. Вони можуть бути відданими захисниками змін, навіть коли стикаються з опозицією, і навести хороші аргументи. Вони знаходять способи подолати перешкоди на шляху до змін.

- *Урегулювання конфліктів.* Лідери, які найкраще вміють вирішувати конфлікти, здатні вислухати кожну сторону, зрозуміти відмінність у поглядах і знайти рішення, яке влаштує всіх. Вони розкривають конфлікт, визнають почуття і погляди всіх сторін, а потім спрямовують спільну енергію на втілення спільного рішення.

- *Командна робота і співпраця.* Лідери, які добре працюють у команді, створюють приємну атмосферу згуртованості і є прикладом поваги, допомоги та співпраці. Вони переконують інших активно та з ентузіазмом віддатися спільній справі; також підносять загальний дух і розуміння того, для чого вони працюють. Вони витрачають час на те, щоб розвинути й зміцнити близькі стосунки, які були б чимось більшим, ніж просто обов'язки.

Додаток 5. Аудит свого життя¹

Дарка Озерна:

Колись давно мені довелося попрацювати менеджеркою з управління якістю продукції. Цей досвід допоміг зрозуміти надзвичайну важливість принципу невинного поліпшення. Цей принцип – універсальний, тож його легко застосувати, турбуючись про своє здоров'я, стосунки, фігуру чи сон. Якщо ви керуєтеся принципом невинного поліпшення, то розумієте, що:

- Ніщо не досконале і досконалим ніколи не стане.
Чудово, якщо є *достатня якість*, тобто *такий стан здоров'я*, який дає нам змогу жити повноцінним життям.
- Помилки бувають систематичними чи випадковими.
Систематичні – найгірші. Наприклад, систематичною помилкою буде постійно перекушувати солодким, бо це може зіпсувати зуби, апетит і призвести до набору зайвої ваги.
- Кожна помилка має причину, яку можливо й треба відшукати.
Причина безсоння чи компульсивного (неконтрольованого) переїдання лежить у площині психічного здоров'я, її слід знайти та виправити, а не просто пити настоянку м'яти чи сідати на дієту.
- Щоб виявляти помилки, потрібно керуватися чіткими стандартами. Коли йдеться про здоров'я, стандартами є нормальні показники аналізів, ваги, тривалості сну та фізичної активності.
- Навіть якщо здається, що все гаразд, варто регулярно проводити аудит. Ану ж ми чогось не зауважуємо?
Саме тому слід щороку здавати загальний аналіз крові, а раз на півроку – проходити огляд у стоматолога.
- Зробити все дуже добре за один раз не вдасться. Тому й процес поліпшення має бути невинний. Постійно тренуйтеся і

¹ Озерна Д. Ви це можете! 7 складових здорового способу життя. Київ : Yakaboo Publishing, 2022. С.10–14.

правильно харчуйтеся, навіть якщо ваш зовнішній вигляд бездоганний.

- Передусім шукайте причини тих систематичних помилок, котрі завдають найбільшої шкоди. Наприклад, депресія чи хронічне недосипання впливають буквально на всі сфери вашого життя. 80% негараздів зумовлені 20% причин: закон Парето.
- Упертості буває замало. Завжди оцінюйте ефективність своїх дій і в разі потреби змінюйте плани.

А зараз влаштуйтеся зручненько, візьміть чашку чаю (без цукру, окей?) і поміркуйте над такими питаннями:

Чи вранці ви бадьорі, а впродовж дня енергійні?	Добре, якщо так.
Який ваш індекс маси тіла (ІМТ)?	Менше за 18,5 – вага недостатня, від 18,5 до 24,9 – нормальна, від 25 до 30 – надмірна, а понад 30 – ожиріння.
Чи добре ви спите?	Швидко й легко засинаєте, не прокидаєтеся уночі, прокидаєтеся без будильника о тій самій годині щодня. Уранці ви бадьорі, спите не менш як сім годин, а вдень вас не хилить на сон.
Чи їсте ви щодня овочі й фрукти?	Слід з'їдати принаймні 300 грамів свіжих або приготованих овочів та 200 грамів фруктів і ягід.
Чи займаєтеся самолікуванням?	Не варто.
Чи в разі раптового болю ви одразу беретеся до самолікування?	Іпохондрія – це емоційна проблема, але вона може призвести до справжнього болю і хвороби.
Чи знаєте свій рівень тиску? Якщо він не в нормі, то чи п'єте прописані ліки для його нормалізації і чи змінили ви свій спосіб життя?	Третина українців має завищений тиск – гіпертензію, а третина із цих гіпертоніків ніяк свій тиск не нормалізує. Це небезпечно.
Чи користуєтеся ви сонцезахисним	Захист від сонця суттєво

кремом і уникаєте перебування на сонці у відкритому одязі?	сповільнює старіння шкіри та знижує ризик появи раку шкіри.
Який ваш рівень глюкози натщесерце?	Якщо зависокий, то потрібно йти до сімейного лікаря та ендокринолога, адже це може бути симптомом предіабету чи діабету. Якщо він нижчий за норму, то, ймовірно, ви їсте замало вуглеводів і забагато тренуєтеся.
Чи вмієте ви швидко готувати просту здорову їжу, яка вам смакує? Чи усвідомлюєте, що і в якій кількості їсте? Чи знаєте про потреби в поживних речовинах, властивості різних продуктів? Чи маєте режим харчування?	Добре, якщо на всі питання відповідь – так.
Чи ви заїдаєте, запиваєте або закурюєте стресовий стан?	Не варто.
Чи страждаєте ви від депресії, тривожності, хронічного стресу, порушення сну?	Треба вміти розпізнавати ці стани і вчасно звертатися до лікаря по допомогу.
Чи займаєтеся ви спортом, гуляєте в помірному темпі, працюєте на городі, присідаєте на кухні, стоїте у планці?	Щодня слід виконувати бодай щось одне з переліченого.

Це неповний перелік важливих питань, на які ви маєте дати собі відповідь. Утім, почавши роботу над собою, ви дуже швидко зрозумієте, чого саме потребуєте та як виявити і виправити систематичні помилки. Усе це без жахливих дієт, виснажливих тренувань, смс і реєстрації та не за всі гроші світу.

Додаток 6.
Знання правил етикету
(тест)

1. Яке з наведених тверджень є неправильним?
А коректною прикрасою в стилі ділової жінки є обручка;
Б носити водночас срібні та золоті прикраси допускається в діловому стилі;
В черевики повинні бути темнішими за штани (про діловий стиль чоловіка);
Г в офіційній або урочистій обстановці колготи завжди обов'язкові;
Д браслети та ланцюжки на руках не схвалюються на державній службі.

2. Яка з перелічених звичок категорично неприйнятна в стилі ділової жінки?
А помірне використання парфумів та косметики;
Б носити одяг із тканин у великі візерунки, з портретами людей тощо;
В носити коштовності після 18 години;
Г акуратно підбирати довге волосся;
Д носити механічні годинники на шкіряному ремінці.

3. Першою подає руку людина, якій представили іншу... Це правильно?
А так;
Б ні.

4. Вставте в текст пропущене слово: краватки пасують до різних тканин і підходять до різноманітних ситуацій.
А темні;
Б бавовняні;
В лляні;
Г шовкові;
Д короткі.

5. Вставте у твердження пропущене слово: Згідно з етикетом – аромат парфумів не повинен відчуватися далі, ніж на від жінки.

- А 30 см;
Б 45 см;
В півметра;
Г метр;
Д два метри.
6. Для стилю ділового чоловіка неприйнятне...
А носити штани без ременя;
Б носити штани іншого кольору, ніж піджак;
В комбінувати піджак і штани з різних тканин;
Г міняти сорочки щодня;
Д носити черевики темніші від штанів.
7. Чи рекомендується носити сорочку з короткими рукавами під піджак?
А так;
Б ні.
8. Укажіть хибне твердження:
А сідаючи в машину, жінка спочатку присідає на край сидіння, а потім кладе всередину ноги;
Б по тротуару жінка йде ближче до дороги, а її супутник – до будівель;
В ніколи не можна тримати руки в кишенях, навіть у найближчій компанії;
Г по сходах уверх жінка іде спереду, а вниз – позаду чоловіка;
Д ліфт – це громадська територія, тому чоловікові тут можна не знімати головний убір.
9. Усе можна брати голими руками за столом, ОКРІМ
А хліба;
Б раків;
В сухого печива;
Г яблук;
Д дині
10. Яке з тверджень про правила поведінки за столом є неправильним?
А ні за яких обставин не можна класти лікті на стіл;

Б рибу потрібно їсти за допомогою лопатки і вилки або двох вилок, без ножа;
В спагеті їдять тільки вилкою, лиш іноді допомагають ножем;
Г кавун зазвичай їдять з допомогою ножа і вилки;
Д хліб слід не відкушувати, а відламувати від нього шматочки.

11. Яке твердження щодо висловлення компліментів є хибним?
А не прийнято, щоб молоді дівчата говорили компліменти дорослим чоловікам;
Б не слід у компанії багатьох жінок говорити комплімент тільки одній особі;
В між чоловіками компліменти також прийнятні, навіть ті, що стосуються зовнішності і рис характеру;
Г не рекомендовано робити компліменти в той момент, коли людина розлючена і має місце конфлікт;
Д не бажано робити компліменти за статевими, віковими, релігійними та національними ознаками.
12. Яке продовження речення містить помилку щодо етикетних норм? Першим представляють ...
А жінку чоловікові;
Б молодшого за віком старшому;
В співробітника керівнику;
Г серед рівних за віком чи статусом – ближчу людину;
Д усіх знайомих батькам, а не навпаки.
13. Діловий етикет цілком допускає такі ситуації знайомства, коли візитка вкладається в букет квітів або прикладається до вітальної листівки. Також діловий етикет допускає заочне знайомство, при цьому візитку відправляють загнутою з лівого верхнього кута. За правилами ділового етикету, людина, яка отримала таку пропозицію до знайомства, зобов'язана відповісти саме у такий спосіб – надіслати свою візитку новому знайомому. Оптимальний термін – протягом ...
А тижня;
Б року;
В місяця;
Г доби;
Д кварталу.

14. Першим вітається той, хто йде повз інших людей (які стоять, рухаються)?
А так;
Б ні.
15. Хто з відомих психологів розробив формулу позитивного впливу на людину, яка складається з трьох складників – посмішка, ім'я, комплімент?
А М. Обозов;
Б Д. Карнегі;
В А. Піз;
Г А. Маслоу;
Д К. Роджерс.
16. Як слід приходити на прийом?
А раніше на 5-10 хвилин;
Б тільки вчасно;
В припустимим є запізнення на 5-10 хвилин.
17. Який контакт має назву «аколада»?
А дружнє плескання по плечу;
Б тепле рукостискання;
В обмін компліментами;
Г легкий дотик щокою до щоки адресата;
Д поцілунок під час офіційних зустрічей.
18. Чи правильне твердження: «Жінці в знак вітання ніколи не цілують руку на вулиці, це роблять тільки в приміщенні»?
А так;
Б ні.
19. Яке з тверджень про вбрання ділової жінки хибне?
А чим старша жінка – тим дорожчим має виглядати її вбрання;
Б можна носити одяг із будь-яких тканин, головне, щоб він був пошитий у класичному стилі;
В діловий костюм може доповнювати хустинка на шиї, шарф чи краватка;
Г низ брюк має спереду лежати на взутті, а ззаду діставати до середини підбор;

Д у діловому стилі недопустимі панчохи в сіточку та з візерунками.

20. Що допускається в стилі ділової жінки?

А дуже довге розпущене волосся;

Б сумки, прикрашені логотипами;

В підбори, вищі за 8 см;

Г візерунковий манікюр;

Д невисокі туфлі-човники з закритими п'яткою та носком.

Слушні цитати¹

Іди за серцем, але візьми в супутники розум.

Альфред Адлер

Почуття, мов ті хвилі: їх не можна зупинити, але з них можна вибрати ту, яка понесе нас на собі.

Джонатан Мартенссон

Кожен з нас сам творить для себе погоду і визначає колір небес у своєму емоційному всесвіті.

Фултон Дж. Шин, єпископ

Спілкуючись із людьми, не забувайте, що маєте справу не зі створіннями логіки, але зі створіннями емоцій.

Дейл Карнегі

Критика може бути неприємною, але вона необхідна. Вона виконує ту саму функцію, що й біль у людському тілі. Вона звертає увагу на нездорове становище.

Вінстон Черчилль

Невисловлені емоції не вмирають. Вони проявляться згодом, потворнішим чином.

Зігмунд Фройд

Скніти від образи – це ніби вмерти від укусу однієї бджоли.

Вільям Волтон

Треба зважати на своє серце; бо ж, як відпустиш його на волю, невдовзі слідом піде і голова.

Фрідріх Ніцше

Поезія – це коли почуття знайшло свою думку, а думка – слова.

Роберт Фрост

Сьогодні ти – це Ти, і правда тут одна: серед живих на всій землі Тобійшого нема.

Доктор Сьюз

¹ Подано за виданням: Хессон Джил. Кишенькова книжка емоційного інтелекту: невеличкі вправи для інтуїтивного життя / пер. з англ. Є. Бондаренко. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2023. С. 174–175.

НОТАТКИ