

РАЦІОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОРГАНІЗОВАНОСТІ МЕДІА-ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анатолій А. ФУРМАН, Дар'я ФУРМАН

УДК 159.9.072.592 : 658.5

Anatoliy A. Furman, Darya Furman
RATIONAL-PSYCHOLOGICAL ORGANIZATIONS OF MEDIA-PROJECT ACTIVITIES

Актуальність теми дослідження. Питання регуляції професійних відносин соціогуманітарного спрямування є одним із центральних за вагомістю у соціальній психології, оскільки ця наукова дисципліна покликана не тільки досліджувати природу суспільних явищ і пояснювати закономірності перебігу усіх соціальних процесів, а ще й сприяти їхній підконтрольній позитивній трансформації. Стосовно суспільних реалій України вивчення закономірностей регуляції відносин і стосунків у фаховій площині “людина – людина” стає особливо нагальним у зв'язку зі складними процесами соціальних змін та війною на сході країни.

Водночас сучасний етап розвитку організації масових заходів у галузі шоу-програм чи медіа-контенту, основними характеристиками якого є гнучкість (лабільність), мінливість, висока інноваційна динаміка, диктує нові вимоги до претендентів на робочі місця (продюсерського, журналістського та акторсько-режисерського складу, технічного персоналу і т. д.) і вимагає високого рівня компетенцій від кастинг-менеджерів. Такими особистісними вимогами до управлінців, котрі спеціалізуються на відборі персоналу є: готовність до постійної самоосвіти, модернізації і застосуванні новітніх технічних засобів, підвищення професійної кваліфікації, ділової комунікації, використання нестандартних підходів до вирішення ситуаційних задач; здатність до прийняття відповідальних рішень, актуалізація критичного мислення, вміле керівництво власною поведінкою і діяльністю; компетентна робота з різними джерелами інформації; ефективна поведінка в конкурентному середовищі, в умовах стресогенних факторів (бойових дій, стихійних лих тощо).

У будь-якому разі на даному етапі питання кадрової політики у підборі персоналу до певного проекту (виступу, програми, шоу, цілеспрямованої передачі інформації, інтернет-трансляції і т. ін.) науковцями розглядаються більше в теоретичній площині, адже реальна практика, сучасні підходи до вивчення методів кастинг-менеджменту, передусім у психосоціальному плані їх зrealізування, є вельми проблемними через постійне (ситуаційне) оновлення вимог до актуальності і змістовності пропонованого контенту. Тому **основне призначення** цього дослідження полягає у віднаходженні базових рис-якостей, характеристик особистості фахівця з відбору персоналу, їх оформлення у чітку систему профільних орієнтирів, яка б дозволила з високим рівнем достовірності вказувати на їх ефективне впровадження саме на тлі здійснення певного цілісного медіа-проекту.

Тому практика реалізації підходів до підбору кадрів у цьому аналітичному форматі має характеризуватися поступовим переходом від концепції “керівництва персоналом” до системи “управління людськими ресурсами” із задіянням всіх відомих компонентів теоретичної моделі *соціально-психологічного менеджменту*. При цьому кастинг-менеджеру слід широко використовувати відомі економічні, організаційно-адміністративні, соціологічні, психологічні моделі й методи керівництва, які на сьогодні вимагають оновленого втілення ресурсними засобами сучасних антропотехнологій і психотехнік.

Мета дослідницької роботи: усистемлення психологічних знань довкола виявлення взаємозалежного набору форм, методів, засобів та інструментів прикладного методологування у царині створення та реалізації інноваційно

зорієнтованих медіа-проектів.

Мета дослідження конкретизується у таких завданнях:

а) окреслити засадничі мислєдіяльнісні функції й, відповідно, напрямки роботи фахівця з відбору персоналу;

б) означити шляхи теоретичної рефлексії та емпіричного синтезу з подальшим виокремленням раціонально-психологічного інструментарію організації медіа-проектної діяльності;

в) виділити особистісні риси-якості кастинг-менеджера та обґрунтувати оптимальний набір його психологічних профільних характеристик.

Об'єктом вивчення є психосоціальна сфера медіа-проектної діяльності у холистичному взаємодоповненні її структурних компонентів, функцій, способів і засобів здійснення.

Предмет дослідження становить комплекс оргформ (організованостей), професійних компетенцій і психологічних властивостей фахівця з кастингу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Широкого розповсюдження у сучасних наукових доробках здобула теорія, згідно з якою все розмаїття професійних властивостей фахівця з відбору персоналу (кастинг-менеджера зокрема) зводиться до чотирьох основних мислєдіяльнісних функцій: планування, організації, мотивування, контролю, а також до двох об'єднувальних або сполучних (додаткових) призначень – ухвалення рішення (аналіз та об'єктивна оцінка претендентів, найкраще готових до медіа-проекту) та безпосередня комунікація (бесіда, опитування, інтерв'ю). Останні спрямовані на узгодження базових функцій і відіграють роль інструментарію для досягнення стратегічних цілей усього проекту [28].

Призначення організаційної функції припускає вибір або створення певної системи, що впорядковує групи обопільно працюючих людей, а також саму їхню роботу. Завдання функції мотивування полягає в тому, щоб усі члени медіа-проекту виконували роботу відповідно до делегованих обов'язків й узгоджували свої дії з його загальним планом і цілями. Контроль – це процес забезпечення результативності вчинкових дій з досягнення головних цілей проекту, що передбачає встановлення певних стандартів, нормативів праці і подальшої можливої корекції відхилень від першочергового задуму. Ухвалення рішення у ролі “сполучної функції” – це вибір того, як і що планувати, мотивувати, організувати й виконувати. Саме це і становить основний зміст проектної мислєдіяльності кастинг-менеджера.

Комунікація – певна множина прийомів і способів взаємодії між людьми, що слугує обміну інформацією, опосередковується значеннєвим її наповненням, породжує смислове порозуміння між двома або більше особами. Без нього неможлива організація спільної психосоціальної діяльності. Отож важливою функцією організатора чи керівника кастингу є забезпечення системи ефективних комунікацій у конкретному проекті. Його афіліативні спонуки супроводжують трудову та освітньо-пізнавальну активність, характеризують стиль управління і ділових відносин, патерни поведінки в суспільних контактах та організації професійних взаємодій.

Для ґрунтового розуміння змістового, функціонального і методичного наповнення роботи кастинг-менеджера варто звернутися до напрацювань принаймні двох методологій – системомислєдіяльнісної (Г.П. Щєдровицький і його філософська школа [5; 32; 33]) та вітакультурної, що центрується довкола науково-дослідницьких програм професійного методологування (А.В. Фурман і його школа [21–28]). Інтелектуальна проекція їх методологічних підходів, принципів, моделей, мислєсхем та інструментів мислєдіяльності і мислєвчинення на предметно-засобове поле медіа-проектної діяльності дає підстави констатувати, що *метою кастинг-менеджера* є реальне здійснення ним своїх функцій-діянь найбільш компетентно, рефлексивно, продуктивно, якісно. Натомість його *головне завдання* у психологічному вимірі інтелектуальних та особистих зусиль – холистично сприйняти картинні упередженні проекту в цілому, у єдності складових її частин, які прямо й опосередковано взаємодіють одна з одною. Будь-яка організація і саме проектне забезпечення як система дій та операцій має свою внутрішню логіку, живе за власними взаємозалежними законами. Рефлексивне осмислення цієї системної організованості взаємодій є найважливішою умовою ефективної роботи кастинг-менеджера, а його психосоціотехнічна сторона, відповідно до принципів та вимог даного підходу, складається з низки підсистем, які повинні бути узгоджені як ієрархічно (субординаційно), так і координаторно (структурно всеохватно) (*табл. 1*). Інакше кажучи, системомислєдіяльнісний підхід – це розгалужена система принципів, методів, способів і процедур гармонійного поєднання актуалізованої теоретичної свідомості, рефлексивного мислення і конкретної повноцінної діяльності із проектування і реалізації кастинг-менедж-

Таблиця 1

Кастинг-проект як відкрита система (за А.В. Карповим [8])

Риси і властивості	Характеристика, обґрунтування
Цільові запити	Утворюється із цільових настанов, конкретної мети, цілей і завдань
Зв'язок (взаємовплив)	Актори, ведучий, режисерський склад, технічний персонал пов'язані між собою супідрядно (взаємозалежно)
Структура	Форми і методи взаємовпливу закріплені в організації та реалізації всіх локальних і глобальних задумів проекту
Процес реалізації	Зміни, що відбуваються у результаті внутрішньогрупових взаємодій або нових завдань і пріоритетів
Цілісність (холізм)	Згуртованість і всезагальність організації компонентів стосовно реалізації проекту
Ідентифікація	Властивості, на підставі яких можна ідентифікувати й відрізнити “продукт” (результат) окремого проекту від інших
Оточення (довкілля)	Унаявлено явищами, соціальними атитюдями, що істотно впливають на процес проектного забезпечення
Концептуалізм	Проект – це особлива форма цільових, ціннісних і смислових настанов-задумів впливу на аудиторію
Взаємодія із суспільним довкіллям	Результатом ефективної реалізації проекту є наскрізний, зворотний зв'язок із цільовою аудиторією

менту як діалектичне взаємодоповнення й ситуаційне уреальнення організації, керівництва та управління його безпосередніми виконавцями (див. [1; 8; 17; 23–25; 34]).

У роботі над конкретним медіа-проектом також використовується ситуаційний підхід, який є наскрізним вектором загальної методології, способу мислення у сфері організаційних проектних проблем і способів їх розв'язання. Його центральне положення розвиває одну з головних тез системного підходу взагалі, відповідно до якого будь-яка організація – це відкрита система, що перебуває в постійній взаємодії (інформаційній, енергетичній, антропній, матеріальній та інших) із зовнішнім середовищем. Підкреслимо, що поняттєве уявлення ситуації постає віховим засновком у

роботі кастинг-менеджера, де вона визначається як конкретний порядок обставин та умов, які найбільш істотно впливають на організацію і реалізацію вказаного проекту. М. Фоллет сформулювала “закон ситуації”, згідно з яким різні типи ситуацій вимагають різнопланово інваріантного знання, інструментарію і методів роботи. Відтак для ефективної реалізації медіа-проекту в усьому розмаїтті виборного спектру потрібен синтез неоднорідних знань, уміння та компетентність їх селекції залежно від специфіки конкретних обставин і подій [6].

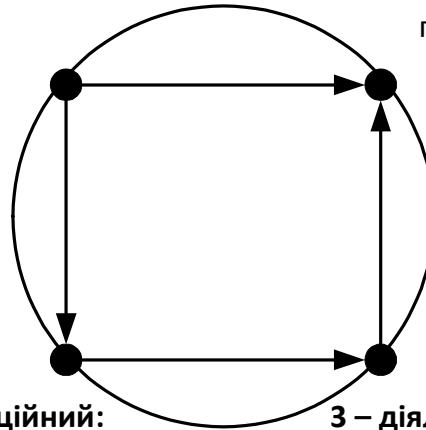
Ситуаційний підхід передбачає, що прийоми і способи для успішного досягнення кастинг-менеджером цілей повинні бути оптимальні, варіюватися і визначатися конкретними завданнями певного проекту. Відповідно

1 – ситуаційно-нормативний:

формування системи інструментального відбору респондентів до виконання певних завдань, оптимізація шляхів і засобів кастингу

4 – рефлексивно-координаційний:

узгодження обраних прийомів з конкретними умовами проекту на основі вимог максимізації позитивного і мінімізації негативного ефектів



2 – мотиваційно-антиципаційний:

передбачення можливих наслідків (як позитивних, так і негативних) від застосування концепцій або методів відбору претендентів, їхній порівняльний аналіз

3 – діяльно-інтерпретаційний:

адекватна інтерпретація рис і властивостей персоналу при його підборі, виділення головних чинників й оцінка ефективності прийомів кастингу

Рис. 1. Етапи підбору претендентів до медіа-проекту

до принципів та нормативів методології цього підходу процес підбору претендентів до медіа-проекту уміщує чотири основних етапи: ситуаційно-нормативний, мотиваційно-антиципаційний, діяльно-інтерпретаційний і рефлексивно-координаційний (рис. 1).

Важливою складовою в реалізації проекту є цільова настанова кастинг-менеджера у визначенні пріоритетів з підбору персоналу, що формується з урахуванням конкретних цілей режисерського задуму. Здебільшого класифікація цих цілей пов'язана з їхньою значущістю (нагальністю, вагомістю, впливовістю). Щодо цього виділяються три основних типи цілей – стратегічні, тактичні й оперативні. Саме цільові настанови дозволяють кастинг-менеджеру окреслити перспективну доцільність використання тих чи інших методів підбору персоналу і спрогнозувати кінцевий результат роботи. В даному разі передбачення є вирішальним чинником переходу від стратегії “пасивного реагування” на мінливі зовнішні умови чи актуальні вимоги щодо учасників проекту до стратегії “активного випередження” (превентивності) цих змін і своєчасної підготовки до них, а далі – до зреалізування заходів недопущення найбільш імовірно негативних наслідків.

У заданому аксіологічному полі мислення

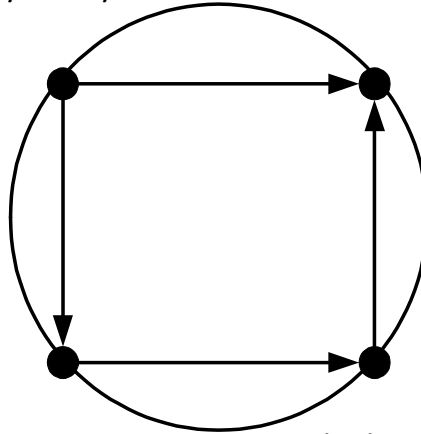
зовнішні планові припущення розподіляються на три групи: а) припущення щодо загального оточення, куди входять прогнозовані економічні, технологічні, політичні, соціальні й етнічні умови; б) гіпотетичні прогнози стосовно стану ринку продукції медіа-проектів (попиту, послуг, конкуренції); в) припущення, спрямовані на з'ясування стану ринку, його базових соціономічних вимог стосовно створення нового продукту (проекту).

На основі припущень, основних цілей і досвіду попередніх напрацювань у сфері розробки проектів, виникає система планувань, що розглядається як етап чи фаза управлінського циклу життя проекту [14]. Планування – це шерег заздалегідь ухвалених рішень, його сутність полягає в оптимальному узгодженні індивідуальних зусиль усіх учасників медіа-проекту для досягнення загальних цілей. Водночас аналіз діяльності кастинг-менеджера дозволяє встановити його специфічні, змістовні компоненти, які потрібно враховувати при плануванні, організації і реалізації проекту. Найпоширенішими є чотири основні види (рис. 2).

У цілому проведений аналіз мислєдїяльностї керівника медіа-проекту виявив важливі особливості його змісту й організації:

1 – „паперова” робота, яка полягає у вивченні технологічної документації, складанні анкет, звітів, ознайомленні із резюме претендентів та ін.; здійснюється упродовж тривалого часу (в середньому 20–35% від загального часу), а її питома вага зростає через підвищення запитів до проекту і кількості задіяних у ньому фахівців

4 – вирішення повсякденних оперативно-організаційних завдань: конкретний зміст тут визначається предметною сферою організації проекту; здебільшого вони мають технічно-методичний характер



2 – телефонні переговори: неформальні і формальні комунікації кастинг-менеджера з різними категоріями спеціалістів проекту; даному виду роботи приділяється до 10% усього прожиткового часу

3 – особисті контакти: відрізняються від попереднього виду своїм конфіденційним характером, напрацьованою базою фахівців і налагодженням тісних неформальних зв'язків

Рис. 2.
Види умістовлення діяльності фахівця з кастингу

– насиченість ситуативними контактами з великою кількістю респондентів, переважно короткочасних;

– часті, систематичні втручання ззовні (режисер, оператор, продюсер);

– дуже широка мережа міжсуб'єктних контактів;

– суттєва перевага мовленнєвих взаємозв'язків (вербальних комунікацій);

– фрагментарність, уривчастість, незакінченість багатьох контактів;

– швидкий темп переключення від одних справ до інших;

– часте поєднання двох або й більше дій у конкретному часопросторі;

– систематичні пертурбації у зміні вимог до респондентів, виходячи з мінливості потреб ринку медіа-проектів.

У нинішніх умовах розвитку медіа-індустрії, зростання вимог до претендентів на участь у проекті визначає потребу якісного покращення усієї системи підбору кадрів. Одним із

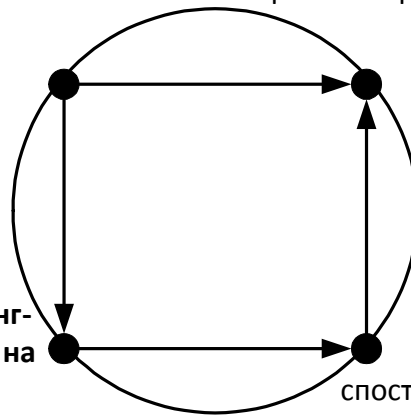
важливих напрямків вирішення цього завдання є розвиток і вдосконалення системи роботи організатора чи керівника кастингу в напружених і лімітованих умовах всього проектного забезпечення. Загалом професійний відбір осіб, котрі освоюють вершини фахової майстерності в будь-якій людинознавчій сфері (зокрема медіа-проекті), покликані виявити на-самперед інтегральні риси-якості особистості: психологічну готовність до виконання нею завдань, чітко усвідомлений, постійний та зростаючий саморозвиток і самовдосконалення, високі творчі запити і стратегічні цільові домагання.

Воднораз динаміка й осучаснення наявного медіа-простору породжує перед організаторами проекту низку проблемних питань, які вимагають їх швидкого та адекватного вирішення, з обґрунтуванням можливих зисків і негативних наслідків [9]. Досвід, інтуїція, почуття перспективи у поєднанні з актуальною інформацією допомагають їм під час проведення кастингу більш вдало обирати пріори-

1 – засновки психологічно компетентної медіа-проектної діяльності, що диференціюються на виконанні кастинг-менеджером шести обов'язкових професійних функцій, чотири з яких є базовими – планування, організація, мотивування, контроль і дві похідними – ухвалення рішення й безпосередня комунікація

4 – засоби та інструменти психологічно компетентного здійснення медіа-проектної діяльності, до яких належать усі відомі ресурси (психологічні, соціальні, духовні, матеріальні, управлінські тощо) безпосередньої комунікації кастинг-менеджера із партнерами, претендентами на участь і дійсними учасниками проекту, що уможливають аргументоване ухвалення рішень на всіх етапах його впровадження – від ідеї до отримання реального продукту (результату) реалізації задуму

2 – форми взаємодії кастинг-менеджера і претендентів на участь у медіа-проекті, що охоплюють повний діапазон засобів та прийомів вербального (словесно-логічного) і невербального (міміка, жести, пантоміміка тощо) контактування, серед яких базовими формоорганізованостями психосоціального змісту є усне опитування і співбесіда



3 – методи відбору до медіа-проекту, а саме опитування, спостереження, самоспостереження, експеримент, вивчення резюме претендента, аналіз критичних ситуацій (кейс-метод), рефлексія результативності роботи, а також метод експертних оцінок у реалізації певного типу проекту (виступу, програми, шоу, стріму як покрокової передачі інформації, інтернет-трансляції тощо)

Рис. 3.

Раціонально-психологічні організованості кастинг-проектної діяльності

тетні цілі і напрямки їх підготовки і реалізації, знаходити найкращі варіанти вирішення складних технічних і психосоціальних завдань підбору персоналу до медіа-проекту.

Загалом, крім вище окреслених засновок організації побудови раціонально-психологічними ресурсами медіа-проектної діяльності, існує принаймні ще три її організованості: це *форми* взаємодії кастинг-менеджера і претендентів на участь у проекті, *методи* підготовки до нього і *засоби та інструменти*, що уможливають це здійснення методично, технологічно, вичерпно, зважаючи на повноту втілення у життя конкретних проектних задумів, завдань, зважаючи на умови проектного зреалізування (рис. 3).

До форм групової ділової взаємодії у системі “людина – людина”, як відомо, насамперед належать комунікативні: безпосереднє спілкування, діалог і полілог, дискусія, мозковий штурм та ін. У цьому широкому сенсі комунікація – це інтенсивний обмін різномірною інформацією між людьми, незважаючи на результати даних взаємодій, навіть якщо між ними не досягнуто порозуміння. Наслідком такого всеохопного формулювання є узмістовлення фактів, ситуацій, діянь, що описуються терміном “комунікативна взаємодія” та більш розлого інтерпретуються багатоманіттям визначень спілкування загалом. Тому потрібно чітко розмежовувати поняття-уявлення комунікації як інформативної насиченості обміну думками

і спілкування як інтерактивної, емоційно забарвленої, перцептивно означеної і духовно просякненої сторін чи аспектів міжособових стосунків, з виявленням їх сутнісних характеристик, що постають вагомим атрибутом професіоналізму (див. [2; 15; 29; 30]), зокрема й кастинг-менеджера. Винятково важлива роль тут належить знакам, за допомогою яких фіксується і передається інформація, що робить їх засобом ділового зв'язку. Немовні засоби (жести, міміка, ситуативні просторово-тимчасові сигнали) також мають велику вагомість у налагодженні контактів, адже без них неможливе адекватне розуміння численних контекстуальних елементів комунікативних ситуацій.

Теоретичні засновки соціальної психології акцентують увагу на трьох сутнісних характеристиках процесу обміну інформацією. По-перше, комунікація як загальне явище, дійство, що розгортається в організаційній системі на всіх її рівнях і у всіх структурах, причому не пов'язаних безпосередньо із самим менеджером. По-друге, комунікативна взаємодія як безпосереднє контактування кастинг-менеджера з окремими співробітниками чи проектними інститутами. По-третє, комунікація постає унікальною, своєрідною функцією скерування зусиль усіх учасників проекту на наскрізну його мету в множині супідрядних відносин у колективі. Своєю чергою, кожен із вказаних складників уміщує двовимірність реалізації комунікативної взаємодії – унормовано-організаторський і суб'єктивно-психологічний. Перший пов'язаний з об'єктивними організаційними формами комунікації, вимогами до ефективного її здійснення, системою оптимального здійснення самого процесу міжособової взаємодії, тоді як другий визначає сутність впливу на взаємини психологічних особливостей кожного з учасників кастингового процесу і дає змогу пояснити його ефективність і доцільність.

Підбір персоналу традиційно здійснюється шляхом вибору з потенційного резерву тих кандидатів, які за своїми діловими (професійними) та особистісними (психологічними) характеристиками найбільшою мірою задовольняють систему фахово-кваліфікаційних вимог до претендентів, задіяних у конкретному медіа-проекті. Тому він має комплексний характер й охоплює заходи як організаційного, так і психологічного плану. Організаційний відбір пов'язаний із вирішенням питання про професійну, культурну, загальноосвітню, ідеологічну й тому подібні відповідності кандидатів задекларованим вакантним посадам. Психологічний відбір центрується на профпридатності

претендентів відносно цих посад. Для підвищення продуктивності мислєдіяльності кастинг-менеджменту розробляються їх *психограми*. Психограма – це система вимог, які професія пред'являє до основних психологічних рис якостей особистості; надалі вона використовується як комплексний критерій професійного відбору кандидатів. При проведенні останнього досить широко, особливо за кордоном, застосовуються *методи тестування та співбесіди*, що надають повну картину психологічному обстеженню, за якого визначається загальна спрямованість особи, рівні її професійної, персональної і культурно-освітньої зрілості. Оволодіння техніками міжособової комунікації, так само як і врахування психологічних особливостей співрозмовника-кандидата, його стану в момент діалогу (співбесіди), дуже важливо для реалізації загальної кадрової функції кастинг-менеджера [15].

На етапі відбору (відсіювання) відбувається оцінка претендентів на робочі місця і відбір кращих із резерву, створеного в ході набору [1]. Кадри підбирають перш за все на базі вимог до конкретного медіа-проекту. Первинний відбір здійснюється за мінімальними формальними вимогами, що ставляться до претендентів для участі у проекті і вакантним робочим місцем до потенційного працівника. Рівень мінімальних вимог визначається для кожної конкретної посади відповідно до специфіки виконуваної низки функцій. Такими вимогами можуть бути: досвід, освіта, кваліфікація, окремі компетенції, навички, вік, зовнішній антураж, типологічні особистісні особливості та ін. Попередній відбір здійснюється кастинг-менеджером шляхом детального *аналізу резюме*, поданого претендентом.

Профвідбір персоналу проводиться поетапно (див. [20; 29]). Для першого етапу характерна обробка документів (резюме, анкети), котрі кандидати приносять із собою. Це дозволяє з'ясувати основні біографічні факти кандидата, його вже існуючі професійні досягнення, а також перевірити достовірність викладеної в них інформації. *Резюме* – це спосіб поінформування про найбільш важливі характеристики претендента на одержання ролі чи місця в конкретному проекті. Його мета – привернути увагу, зацікавити кастинг-менеджера у своїй кандидатурі, спонукаючи тим самим запросити кандидата до участі в наступному відборі. Тому резюме має містити якомога повнішу інформацію про придатність претендента до проекту, а його оформлення повинно бути лаконічним і стислим.

Залежно від досвіду роботи, кваліфікації претендента виділяють такі види резюме: а) хронологічне (послідовно наводиться інформація про кандидата, починаючи з останніх подій у професійній діяльності); б) функціональне (пишеться претендентами, які мають досвід роботи в окремих проектах, у ньому наводиться послідовний виклад напрямків фахової реалізації); в) професійне (зосереджується увага на фахових досягненнях претендента у певній сфері діяльності, важливих для успішної роботи саме у цьому медіа-проекті). На практиці найчастіше використовується комбінація перерахованих типів резюме [1]. Зрозуміло, що за наявності великої кількості претендентів використовується комп'ютерна обробка поданих резюме. Вона заснована на їхньому ранжуванні залежно від кількості ключових слів (професійних термінів, ролей, амплуа, досвіду роботи та ін.). При вивченні резюме варто звернути увагу на культуру та стиль викладу інформації.

Якщо резюме відсутнє, попередній відбір проводиться на стадії аналізу первинної анкети, що заповнюється претендентом під час першого відвідування медіа-проекту. Анкета розробляється кастинг-менеджером з урахуванням специфіки тих чи інших посад, ролей, функцій. На основі інформації, що міститься у первинній анкеті, здійснюється знайомство з кандидатом до проекту і відбувається відсіювання претендентів, котрі не відповідають вимогам за формальними характеристиками. Зважаючи на відомості, наведені в анкетах, здійснюється підготовка до проведення первинної співбесіди.

Другим етапом відбору є попередня (первинна) співбесіда, яка дозволяє кастинг-менеджеру з'ясувати в інтерв'юера його професійні якості та встановити їх відповідність даній вакантній посаді чи ролі, відсутність яких у подальшому унеможливить досягнення достатнього рівня функціональних зобов'язань. Також особі, котра претендує на отримання роботи у проекті, надається вся потрібна інформація про майбутню діяльність, що визначить ступінь її зацікавленості у пропонованій роботі. Проведення первинної співбесіди має на меті пілотажне знайомство з претендентом, що дозволяє визначити його придатність до виконання певних обов'язків, доцільність участі у проекті. Така співбесіда є також засобом реклами (промоції), що інформує про імідж, репутабельність учасників, продюсерів і режисерів підготовлюваного медіа-проекту.

Співбесіда, крім того, призначена для з'ясування певних професійних рис кандидата й особистого знайомства з ним. Перш за все мають бути виявлені знання фахівцем його справи, а конкретні узмістовлення – описом чи характеристикою можливого робочого місця. Перевіряється те, наскільки претендент розуміє подальшу роботу (функції, технології), володіє технічними засобами, спроможний вжитися у потрібне амплуа тощо [30]. Загалом така перевірка становить невід'ємну частину процесу відбору персоналу до певного проектного завдання, під час якого застосовується значна кількість професійних методів і прийомів, що допомагають надати максимально об'єктивної оцінки ступеню відповідності кандидата пропонованій йому посаді.

Головне завдання кастинг-менеджера, котрий проводить співбесіду – отримання якомога вірогідної і повної інформації з можливим її подальшим достеменним аналізом. Тому в кожній співбесіді треба прагнути поліпшити взаємодію з інтерв'юером: а) задіювати такі засоби постановки питань, щоб одержати найбільш розлогу інформацію про співбесідника; б) в ході бесіди визначати дієві маркери з оцінки одержаного масиву даних, що уможливають прийняття зважених рішень. Після оцінки всіх кандидатів на певну посаду чи роль варто скласти аналітичну таблицю, в якій записуються імена всіх претендентів і найвагоміші їх переваги. Такий підхід дозволяє привнести елемент об'єктивності у цей суто суб'єктивний процес.

Найдоцільнішим під час безпосереднього контакту з претендентами є застосування трьох різновидів співбесіди, що дозволить кастинг-менеджеру виявити потенціал кожного кандидата на участь у проекті, а саме – *бесіда за задалегідь розробленою схемою, слабоформалізоване інтерв'ю, довільна розмова*. За цих умов відбувається аналіз не тільки рівня професіоналізму претендента, а й його особистісних рис-якостей, до прикладу таких, як комунікабельність, обізнаність, конфліктність, ініціативність, відповідальність, креативність та ін. Але співбесіда не повинна створювати у кандидата до участі у проекті враження, що його опитують за задалегідь підготовленою схемою. Його слід всіляко заохочувати, щоб він більше розповідав про себе, про свій досвід, знання, ставив запитання і пропонував свої ідеї. На цих двох етапах відбувається первинний відбір персоналу. Їх мета – “відсіювання” кандидатів, які об'єктивно не відповідають вимогам медіа-проекту.

У процесі відбіркової співбесіди потрібно одержати інформацію за такими блоками [3]: а) життєвий шлях, автобіографічні дані; б) загальноосвітній рівень підготовки, спеціалізація; в) практичний досвід, професійні можливості, спеціальні навички та уміння; г) аналіз професійної реалізації у попередніх аналогічних проєктах; д) індивідуальні і суто особистісні характеристики. Особливу увагу треба приділити поведінковим реакціям кандидата під час співбесіди, спробувати сформулювати для себе припущення про його звичайну поведінку, інтелектуальні здібності, особистісні риси і властивості характеру, моральні властивості, рівень конфліктності, працездатності, ініціативності, спробувати з'ясувати, як він “впишеться” у даний проєкт і сам колектив. Вважається, що в ході відбіркової співбесіди 70 % часу повинен говорити кандидат і лише 30 % – кастинг-менеджер, що вимагає від нього уміння правильно і чітко формулювати питання.

Основні уміння та компетенції, якими повинен володіти кастинг-менеджер для проведення відбіркової співбесіди, є такі: а) ставити чіткі запитання; б) контролювати перебіг співбесіди; в) слухати (сприймати почуте, запам'ятовувати, аналізувати); г) уміння складати судження або приймати рішення. Існують різноманітні прийоми, що з більшою ефективністю дозволяють моніторити процес комунікації. Звісно, вони не належать до універсальних засобів, що гарантують успіх, але їх корисно застосовувати і випробовувати у практиці проведення співбесіди. Для того щоб кандидат найповніше висловився, по суті відповідав на запитання слід: 1) дивитися співрозмовнику прямо в очі й посміхатися; 2) не переривати його мовлення; 3) не вдаватися до довгих пауз; 4) задавати більш розлогі запитання; 5) займати активну позицію, розповідаючи про себе або висловлюючи свою думку [10].

Основною частиною співбесіди з відбору претендентів до медіа-проєкту залежно від його цілей і завдань можуть використовуватися наступні типи співбесід:

1. *Структурована*: під час її проведення менеджер використовує попередньо визначений перелік питань, занесених до спеціального бланку, що, хоча й не дає достатнього уявлення про кандидата, все ж має свої переваги при роботі з великою кількістю претендентів, коли немає можливості виділити достатньо часу на проведення первинної співбесіди.

2. *Напівструктурована*: заздалегідь готуються тільки основні питання, що забезпечують схематичність бесіди, тоді як відповіді

даються у довільній формі. Фахівець, який проводить загальну співбесіду, може зосереджувати увагу на окремих питаннях, пропонуючи претендентові відповіді на них більш детально. Проведення такого відбору вимагає спеціальної підготовки, заснованої на вивченні анкетних даних кандидата на місце у проєкті.

3. *Неструктурована*: співбесіда проводиться у вільній формі, передбачає лише попереднє визначення тем майбутньої бесіди. Її доцільно використовувати тільки досвідченим кастинг-менеджерам, тому що вільний перебіг бесіди може відволікти від теми, у результаті мета не буде досягнута повною мірою.

4. *Бесіда в емоційно напруженій обстановці* (в умовах спеціально змодельованої стресової ситуації).

5. *Групова*: бесіда з групою кандидатів, які одночасно беруть у ній участь і послідовно дають відповіді на запитання.

6. Бесіда один на один, тобто tet-a-tet, дозволяє досягти рапорту, або близького довірливого контакту.

При проведенні індивідуальної співбесіди з кандидатом доцільно використовувати основний набір тем, які варто структурувати, зважаючи на отриману інформацію, на враження від самого претендента, а також співвіднести їх із встановленими критеріями відбору: а) освіта і професійна підготовка; б) трудова діяльність; в) хобі; г) амбіції і мотивація; д) праця та її організація; е) спеціальні і технічні питання; ж) ерудиція й обізнаність у питаннях загальної тематики.

Співбесіда – це живий процес міжособової взаємодії, тому треба мати на увазі, що в ході її проведення завжди є *небезпека помилок*, властивих міжособистісному сприйняттю, зокрема існують: 1) хибна тенденції центральної позиції, яка виникає тоді, коли велика частина кандидатів оцінюється посередньо; 2) помилка поблажливості, коли більшість кандидатів отримує високі оцінки, що може призвести до задіяння у проєкті неналежних працівників; 3) похибка високої вимогливості, коли, навпаки, більшість кандидатів одержує низькі оцінки, що призводить до відсіювання потенційно придатних до проєкту кандидатів; 4) ефект ореолу: виникає тоді, коли кастинг-менеджер оцінює кандидата як гарного чи поганого, орієнтуючись на якусь одну характеристику, яка у його розумінні переважає всі інші; 5) помилка контрасту: посередній кандидат одержує високу оцінку, якщо він проходить співбесіду після декількох слабких претендентів, або низьку, якщо він проходить випробування після

декількох сильних; б) стереотипізація: тенденція порівнювати кандидата зі стереотипом “ідеального учасника медіа-проекту” [16].

На підґрунті системної інформації достеменного вивчення кандидатів для участі в конкретному проекті кастинг-менеджер формує “оперативний образ” як холистичну, осмислену й упорядковану систему знакових рис і властивостей, яка відображає узагальнену поінформованість про особливості претендентів на певну посаду. Оперативному образу-віддзеркаленню як специфічному свідомісному конструкту, відформатованому базовими механізмами перцепції, притаманна низка вагомих закономірностей. Головними серед них є цілісність, схематичність, лаконічність, прагматичність, функціональна деформація, динамічність, адаптивність (див. [3]).

1. *Цілісність* означає те, що оперативний образ – це завжди узагальнена система рис-якостей претендента на місце у медіа-проекті, окремі складники котрого таксономічно пов’язані і кристалізовані у певну системну якість, що спроможна організувати в холистичну панораму всі картинні упредметнення реалізації конкретного задуму.

2. *Схематичність* – оперативний образ являє собою дані і про певні специфікації організації кастингу, і про супідрядні взаємозв’язки у середині цієї системи, і про складноструктуровану план-карту дій для досягнення цілей проекту. Тому цей образ уміщує певну модель, унаочнену у вигляді схематичного відображення складників-компонентів, а його зміст спрощено, відсторонено від другорядних деталей.

3. *Лаконічність* – це та характеристика, яка виникає у процесі постійної взаємодії з респондентами; як образ має тенденцію ставати все більше компактним (простим), з яким легко працювати. Звідси й сам термін “оперативний”, що означає зручний, найбільш придатний для точного, швидкого й ефективного використання.

4. *Прагматичність*: формуючись під безпосереднім впливом основних завдань медіа-проекту і вимог до претендентів, оперативний образ підлаштовується під глобальні цілі цієї складної роботи.

5. *Функціональна деформація* – структура оперативного образу і його складники, що організуються в найбільш дієву систему при досягненні цілей з допомогою обрання пріоритетних шляхів сумісної діяльності всіх учасників проекту.

6. *Динамічність*: оперативний образ, відіграючи роль усталеного конструкту, одночасно

не має бути ригідним (шаблонним), а повинен допускати можливість трансформації при зміні зовнішніх умов, вимог чи самих завдань проекту.

7. *Адаптивність* – характеристика, що сприяє пристосуванню до ситуативних змін в умовах діяльності, загальних цілей і локальних завдань медіа-проекту.

Зазначені формовивня комунікативної взаємодії кастинг-менеджера з потенційними учасниками проекту спираються на чіткі психологічні феномени і закономірності, що виникають об’єктивно при спілкуванні. Це – комунікативні явища, базовими серед яких є *зараження, навіювання, переконання, наслідування*. Кожне з них має свою сферу дії і свої специфічні закономірності (див. [15; 27]). Від того, наскільки повно й грамотно вибудована психотехніка комунікативної взаємодії з претендентом з боку кастинг-менеджера, залежить загальна ефективність реалізації проекту. Крім того, психологічні механізми використання ним зазначених комунікативних явищ пов’язані із функціонуванням специфічних психічних процесів і тих особистісних рис-якостей, які ними зумовлені. Це – процеси *емпатії, атракції, ідентифікації, афіліації*, що знаходять комплексний синергійний прояв у найбільш загальному й найбільш важливому комунікативному процесі – у *рефлексії*. Рефлексія – це унікальна здатність людини до самовідображення своєї психіки, що є засадовою властивістю життя-актуалізації свідомості, має найвищий рівень синергійної складності, інтегративності серед усіх відомих психічних процесів. Її результат полягає у виникненні самосвідомості як особистісного знання про знання, або як самоутримання особою думки про думку. Саме завдяки рефлексії особа спроможна усвідомлено, цілеспрямовано керувати всіма іншими психічними процесами, контролювати і скеровувати їх у русло гармонії і самовдосконалення.

Доцільність застосування для швидкого і якісного одержання інформації про претендента на участь у проекті, обґрунтування організаційних рішень, чітка і злагоджена робота всіх задіяних спеціалістів притаманна *методам експертизи або експертних оцінок*. Адже експерт є фахівцем, який глибоко розуміє змістовлення й особливості “вузького спрямування” спеціалізацій і можливості задіяння професіоналів вищого ґатунку до реалізації проекту [17; 20].

Методи групових експертних оцінок ґрунтуються на принципах виявлення колегіальної думки експертів про перспективи розвитку

об'єкта прогнозування (проекту). Підґрунтям застосування цих методів постає *гіпотеза* про наявність в експертів спроможності достатньо точно і прогностично вірогідно оцінити пріоритетність і значення досліджуваної проблеми, перспективність розвитку того чи іншого напрямку організації і забезпечення оптимальної реалізації проекту. Здебільшого основними завданнями при формуванні прогнозу за допомогою групи експертів є формування репрезентативної експертної команди, підготовка і проведення експертизи, статистична обробка отриманих даних, формування висновків і рекомендацій.

При угрупованні експертів для допомоги при підборі учасників проекту основними є питання визначення їх якісного і кількісного складу [19]. Тому оцінка їхньої кваліфікації розпочинається з питань, що організуються цільовими засновками конкретного медіа-проекту; надалі оприявнюється перелік осіб, компетентних в актуальній царині. Для отримання об'єктивного передбачення результатів зреалізування проекту члени експертної комісії повинні володіти щонайменше такими характеристиками: мати високий рівень загальної обізнаності та ерудиції, глибокі спеціалізовані знання в обстоюваному колі питань, спроможність адекватно оцінити тенденції розвитку досліджуваного об'єкта, внутрішній локус-контролю, чітку психологічну установку на майбутнє, академічну зацікавленість в оцінюванні проектних завдань за відсутності прагматичної складової самого фахівця, компетентність та емпіричність навичок у розглянутому сегменті діяльності.

Тут на допомогу приходять *анкетування* як узагальнювальна система опитування наявних претендентів на роль експерта, що сутнісно спроможне визначити основні маркери професійної відповідності кандидата стосовно завдань проекту, котрий готують кастинг-менеджер, продюсер і режисер. На доповнення до цього використовується прийом *самооцінки* компетентності експерта, коли він сам визначає міру своєї поінформованості в досліджуваному питанні. Обробка масиву анкетного матеріалу уможливорює одержання кількісної оцінки компетентності потенційного експерта.

Метод експертних оцінок – це прогностичний інструментарій зваженого об'єктивного погляду на потенційні результати діяльності з реалізації проекту, заснований на *припущеннях-гіпотезах* професіоналів “своєї справи” [19; 31]. При їх застосуванні здійснюється моніторинг спеціальної групи експертів (здебільшого у кількості п'яти-семи осіб) задля

змістовного опису деяких змінних, потрібних для об'єктивної оцінки нагальних питань організації і реалізації проекту. До складу експертів варто задіювати людей з різними типами мисленнєвої активності – ейдетичним (образним) та абстрактним (словесно-логічним), що слугує вдалому розв'язанню завдань облаштування проекту [22]. Задіяні експерти зазвичай формують автентичну позицію щодо оптимальних методів і технік мобілізації особистісних ресурсів кастинг-претендентів, добору інвестиційних програм, термінів реалізації наявних задач, індикаторів підбору найкращих варіантів вирішення питань медіа-проекту та ін.

Ефективність використання методів експертної оцінки неодмінно узгоджується з цілковитою обізнаністю (освіченістю) фахівця в конкретній сфері миследіяльності, його ерудованістю як передумовою прийняття швидких і плідних проектних рішень, спроможністю рефлексивного оцінювання тих чи інших ситуацій, явищ, фактів, подій. Окрім того, фахівець, який проводить експертизу, має характеризуватися неупередженістю думок (не мати практичного зиску) при вирішенні конкретних питань медіа-проекту. Склад експертної комісії обирається відповідно до принципів номінального фахового підпорядкування – статусності посади, наукового ступеня, досвіду роботи й т. ін. Тому комплектація групи експертів зазвичай уміщує високоефективних професіоналів, котрі мають значний досвід практикування у вказаній сфері проектного забезпечення [18].

У будь-якому разі саме високий рівень компетентності експертів є запорукою оптимальної реалізації всіх цілей проекту з допомогою методу експертної оцінки, що охоплює: 1) обґрунтування наскрізної мети і локальних завдань, їх конкретизацію на кожному етапі здійснення проекту; 2) компетентнісні якості експертів як систему незалежної оцінки предметного поля пошуку, проектування, рефлексії; 3) консенсусні рішення стосовно глобальних завдань, які приймаються колегіально всією групою експертів; 4) володіння членами експертної комісії актуальною інформацією стосовно результативності поетапного здійснення програми проекту, що спонукає їх до надання своєчасних висновків і рекомендацій; 5) оптимізацію доцільності застосування певного набору експертного інструментарію; 6) пряме висновування щодо результатів експертної оцінки певної робочої ситуації чи подієвого плину групової миследіяльності.

Метод експертних оцінок – принагідний шлях передбачення, прогнозу, ґрунтовним

індикатором якого є віднаходження консенсусу з-поміж представників окремої експертної комісії. Важливий результат експертизи – сформованість системи бінарної організації інформаційного простору проекту, завдяки чому вирішуються повсякчасні питання певних вагомості, нагальності, фундаментальності, обов'язковості на різних стадіях проектного зреалізування. На первинному рівні забезпечується інформативна співзалежність, супідрядність, каузальність, детермінація, що форматує взаємовідносини між учасниками проекту і сприяє віднаходженню способів підвищення ефективності діяльності, виявленню причин деструктивного використання ресурсного потенціалу та розробці методів їх подолання. Другою вагомою передумовою експертної організації підбору персоналу для проектного вчинення є *таксономія* інформації про можливі класи зв'язків певних явищ і процесів під час практичної реалізації кастингу.

Основними завданнями, які найчастіше вирішуються практично на матеріалі отриманої від експертів інформації, є:

- рангування (впорядкування, розміщення за значущістю або важливістю) чинників та відповідних характерологічних рис-якостей за їх ситуаційною вагомістю у процесі реалізації проекту;

- вибір пріоритетності претендентів на участь у проекті за рейтингом, заснованим на множині різноманітних чинників, що повномірно описують особистість можливого учасника проекту;

- попереднє зважене, рефлексивне оцінювання ступеня реалізації плану дій відповідно до чітких індикаторів успішності (скажімо, вдала промокампанія чи рекламна проектна акція).

Рефлексивна оцінка результативності методу експертних оцінок утримує декілька стадійних ланок: а) ухвалу глобальної мети, проміжних цілей і завдань медіа-проекту; б) визначення оптимального кількісного та якісного складу експертної комісії; в) створення експертного угруповання; г) ухвалу методів дізнання; д) розробку план-карти дослідження і створення анкетного аркуша; е) здійснення процедури дізнання; ж) типологізацію, систематизацію та аналіз одержаних експертних даних; з) узагальнення результатів експертизи і розробку гіпотетичних варіантів прийнятних рішень для досягнення поставленої мети.

Найявні методи експертних оцінок науковці класифікують за двома якісними характеристиками: персональні (індивідуальні): інтерв'ю, анкетування; групові (колективні):

метод експертної комісії або “круглого столу”, метод Делфі, об'єктивованої (відстороненої) оцінки, конференції ідей. У цьому аналітичному розрізі персональні методи – це застосування експертних висновків, що формулюються кожним учасником експертної комісії незалежно один від одного без урахування поглядів інших членів групи. До них традиційно належать інтерв'ю та анкетування. Сутнісне значення інтерв'ю позначається контурами наративної взаємодії кастинг-менеджера з експертом (головним оператором, фінансовим продюсером, бригадиром обслуговуючого персоналу, режисером проекту тощо), результатом чого є досягнення порозуміння у виробленні загальної стратегії роботи над проектом, визначенні можливих негативних чинників ситуаційних впливів на кожному з етапів його реалізації, прогнозуванні наслідків, незадіяних ресурсів, методів і технологій подолання ймовірних криз і конфліктів, доладної організації роботи для оптимізації проектного забезпечення й т. ін. [30].

Анкета як інструмент експертного аналізу й оцінки претендентів на роботу в рамках проекту сутнісно центрується довкола визначення фахівцем можливих мотивів і спонук певних відповідей респондентів на конкретні ситуації, описані в анкетах. Та все ж даний спосіб дізнання має деякі вади, адже експерт суб'єктивно оцінює відповіді респондентів, може упереджено ставитись і виявляти надмірну критичність до певних осіб. Базовими ж позитивами персональних оцінок експертами претендентів на участь у медіа-проекті є широта їх застосування, чіткість тлумачень з урахуванням рівня ерудиції і практичного досвіду самого експерта. Застережливим моментом при використанні анкетування може бути поверховість чи занижений рівень обізнаності експерта із певними сегментами новітніх знань. Тому значнішого використання у безпосередній практиці здобули методи колективних експертних оцінок (див. [29]).

Інструментарій колективної експертизи заснований на груповій взаємодії всіх членів експертної комісії, що закономірно впорядковує різнопланові думки, здогадки, висновування в єдину систему групового погляду стосовно претендента на певну посаду в обстоюваному проекті. Масив даних аналізується у форматі обопільних взаємодій фахівців-експертів для максимізації висновувального ефекту (такими, до прикладу, є рекомендаційно-висновки цілих рекрутингових агентств). Експерта оцінка групи незалежних фахівців

розподіляється на застосування висновків цілої комісії (конференції, круглі столи, семінари, диспути, дискусії, метод Делфі, відстороненого оцінювання, ярмарки ідей і т. ін.).

Часто-густо використання методів, які застосовуються спеціалізованою групою експертів, коли комісія обопільно (згуртовано, симбіотично, паритетно) вирішує те чи інше проектне питання з єдиною ціллю – налагодження порозуміння для максимізації результатів спільної діяльності, що узгоджуються з наскрізною метою проекту. Даний спосіб оцінки претендентів має суттєву ваду: експертний колектив при винесенні “вердикту” керується логічними узагальненнями щодо людської поведінки, діяльності, вчинення. Суттєва недолугість даного методу полягає в тому, що планування і передбачення наслідків сумісної діяльності всіх учасників медіа-проекту базуються на неоднорідному тлумаченні результатів опитування, анкетування чи тестування, що не дозволяє виробити одновекторну стратегію в реалізації наскрізної мети обстоюваного задуму. Виголошені різними фахівцями думки, позиції можуть бути діаметрально протилежними у груповій взаємодії, а оцінка характерологічних рис-якостей особистості як претендента на участь у проекті має суб’єктивне забарвлення, що засвідчує більшу чи меншу упередженість експертних висновків.

Грунтовна оцінка комісією проектних претендентів вимагає від експертів зваженої суголосної роботи, за якої множинність вибору тих чи інших кандидатів чітко узгоджується із загальною парадигматикою вибору найліпшого варіанту серед учасників кастингу, що здійснюється з урахуванням наскрізних цільових ідей медіа-проекту [34]. Неабиякого значення при застосуванні даного методу набуває *ерудованість* фахівців-експертів, що полягає у використанні широкого спектру знань із суміжних сегментів і сфер наукового знання з їх практичним подальшим вжитком. Деструктивність залишається лише у суб’єктивності суджень, шаблонності мислення і традиційності умовиводів.

Відсторонене оцінювання характеризується обранням кастинг-менеджером максимально зваженого шляху в формуванні об’єктивної оцінки претендентів на участь у проекті з низки виділених експертами рис-якостей особистості, котра найбільш вдало підходить до певної ролі чи функціонального призначення. Робота експертів у даному разі розмежовується за двома критеріями – за ідейною побудовою і за її рефлексивним аналізом, здійснюваним саме менеджером з організації медіа-проекту.

Структуратика Делфі – один з інструментів експертної оцінки фахівцями досліджуваного кола проблем, що упредметнюється у системі планомірного обрання у процесі опитування декількох груп спеціалістів з оцінки “якості” рис-якостей претендентів на проектне задіяння. Дана процедура здійснюється у кілька етапів (вміщують три-чотири тури) для обрання найліпшого результату. Метод Делфі чи Делфійського оракула походить від назви давньогрецького міста Дельфи, в якому жили оракули-провидці при храмі бога Аполлона. Висловлення головного оракула не піддавалось сумнівам, приймалося за істину та підлягало негайному виконанню. Наскрізною метою використання цього методу є сутнісне вдосконалення сукупної роботи групи експертів над оцінкою і вибором претендентів на певну роль і місце у проекті з об’єктивних рефлексивних позицій, що дозволяє максимізувати результативність їхньої діяльності та спрогнозувати подальші дії співробітників. Дана оцінка здійснюється відповідно до критичного ставлення кожного експерта до думок і поглядів інших фахівців, що подається без урахування безпосередніх контактів між самими експертами, себто анонімно, аргументовано та невимушено. В одному з інваріантів даного методу безпосередні висловлювання експертів не приймаються, а здійснюються у тестовій формі. Цей метод також може з успіхом використовуватись у комп’ютерному варіанті [31].

Згідно з методом Делфі, експерти висловлюють свої позиції, об’єктивно аргументуючи власні враження щодо кожного претендента на певну посаду в рамках проекту. На наступних етапах опитування їм видається нова, уточнена й більш деталізована інформація, що отримана за результатами висловлених думок, попередніх розмірковувань і висловлювань усіх фахівців за сумарними висновками, отриманими з масиву даних на попередніх стадіях сумісної роботи. Цей процес продовжується до майже повного збігу експертних висновків. Після цього фіксуються думки, які не збігаються. Цей метод досить рідко застосовується у роботі кастинг-менеджера, тому що має один істотний недолік: за лімітованості часу в підготовці медіа-проекту він є занадто ресурсномістким і нераціональним.

Конференція ідей подібна до мозкового штурму, але відрізняється від нього темпом проведення обговорення та дозволеною короткою доброзичливою критикою ідей у формі реплік і коментарів. При цьому стимулюється поєднання кількох пропозицій, фантазування,

що сприяє підвищенню якості ідей. Всі виго-лошені думки занотовуються у протоколі без указування на їх авторів. До складу учасників ідейного дискурсу долучаються не лише спеціалісти, а й пересічні учасники проекту, оскільки мають не заангажовані – свіжі, нові, неординарні – підходи і міркування [10; 16].

Отже, методи експертних оцінок мають винятково важливе значення в організації (підготовці і проведенні) кастингу, а їх ви-нятковість найбільш потужна у стратегічному і функціонально-оцінному аналізі результатів проекту. Застосування вказаних методів дає змогу виявити оптимальні підходи у забезпе-ченні проекту всім потрібним (зокрема й люд-ським ресурсом) за умов обмеженої кількості інформації про претендентів та часового ліміту.

Окремо вкажемо на дієвість *соціально-психологічного тренінгу* як форми взаємодії організатора медіа-проекту з командою його учасників, тому що це поштовх до можливих особистісних змін кожного співробітника. Одержувані під час його проведення нові відомості про себе та інших, як правило, гостро емоційно опосередковані, спонукають заново переосмислити сформовані сегменти само-презентації та бачення довкілля, ініціюючи тим самим постановку проблемних завдань на особистісний саморозвиток. У тренінгових групах організатором кастингу як фахівцем-психологом створюється можливість вико-ристання всього розмаїття взаємостосунків, котрі виникають між учасниками проекту. У їх динамічному плині особистість має змогу об'єктивувати перед іншими вироблені у її досвіді ідеї, способи взаємодії із ситуаційним значущим загалом, зіставити їх з думками і формами порозумінь інших, підтвердити, зба-гатити або перепідпорядкувати те, що склалося у її індивідуальному ментальному досвіді.

ВИСНОВКИ

1. Професійна компетентність організатора медіа-проекту – це інтегральна характеристика його особистісних рис-якостей як фахівця, що передбачає наявність певного рівня знань, умінь, компетенцій, широти поглядів, переко-нань, суспільних домагань, які сукупно пра-цюють як ресурс на реалізацію цілей конкрет-ного задуму. Система професійних рис-якостей кастинг-менеджера уособлюється з успішністю в оволодінні і здійсненні ним певних видів діяльності, котрі ситуаційно зумовлені й діяль-нісно значущі, постають динамічним утворен-ням та формуються планомірно, холістично,

перманентно, містять супідрядні складники, що сутнісно виявляються на різних стадіях досягнення ним професійної майстерності.

2. Психологічні характеристики організа-тора медіа-проекту як професіонала та особис-тості поєднують: а) мисленнєві вміння швид-кого й точного відображення психологічних особливостей психодуховного стану інших людей; б) емоційну синхронність у розумінні акторських талантів та обдарувань претенден-тів для участі у проектній роботі; в) високу чутливість до опису психологічних рис інших людей; г) можливість швидко й адекватно характеризувати психологічні особливості людей, влучність, адекватність і стислість словесних їх визначень; д) відбір психолого-соціального типу за об'єктивними вимогами конкретного проектного контенту; е) вибіркова пам'ять і спостережливість, що яскраво виявляються й перевіряються у спостереженні, бесідах, у вирішенні організаторських завдань; ж) схильність до психологічних аналізу та синтезу, розкодування-витлумачення поведін-ки інших; з) здатність умоглядно прорахувати наслідки реалізації у проекті того чи іншого амплу персонажу.

3. Підбір персоналу впродовж кастингу здійснюється шляхом вибору з потенційного резерву тих кандидатів, які за своїми про-фесійними та особистісними характеристиками найбільшою мірою задовольняють систему фа-хово-кваліфікаційних вимог до претендентів, задіяних у конкретному проекті. Цей підбір має комплексний характер і містить заходи як організаційного, так і психологічного пла-ну. Звідси походить розмаїття професійних функцій кастинг-менеджера, у якому ос-новними є чотири: планування, організація, мотивування, контроль, а також дві похідні, поєднувальні – ухвалення рішення й безпо-середня комунікація. Останні спрямовані на узгодження базових функцій і відіграють роль інструментарію для досягнення у взаємодопов-ненні стратегічних, тактичних та оперативних цілей усього медіа-проекту.

4. Система професійних рис-якостей кас-тинг-менеджера – складноорганізоване психо-логічне утворення, що охоплює діяльнісно-рольовий (знання, норми, вміння, навички) та особистісний (найважливіші риси-якості, цінності, сутнісні характеристики) аспекти та забезпечує успішність його професійної мисле-діяльності. Кастинг-менеджер – фахівець, який професійно здійснює функцію відбору, первинної підготовки, керівництва у системі реалізації цільових задумів проекту, несе від-

повідальність за результативність роботи людей і підрозділів, задіяних у ньому. Підбір висококваліфікованих кадрів до медіа-проекту ефективний за умови адекватної складності завдань психологічного забезпечення, суть якого полягає в органічному поєднанні особистісно-індивідуального підходу до претендентів на участь у проекті та особистісних рис-якостей самого кастинг-менеджера.

5. Основними методами у кастинг-професіографії постають опитування, спостереження, самоспостереження, експеримент, а також допоміжні – аналіз резюме (короткого опису себе фахівцем), аналіз критичних ситуацій (кейс-метод), вивчення результатів безпосередньої роботи. Метод експертних оцінок – це прогностичний інструментарій зваженого об'єктивного погляду на шлях і засоби виконання та потенційні результати діяльності з реалізації проекту, заснований на гіпотезах-припущеннях професіоналів найвищого гатунку. Ефективність його використання неодмінно узгоджується з цілковитою обізнаністю та компетентністю фахівця у царині організації медіа-проекту, його ерудованістю як передумови прийняття швидких і плідних проектних рішень, спроможністю рефлексивного оцінювання робочих ситуацій, фактів, подій.

6. Підбір персоналу здійснюється з допомогою *процедури вибору* з наявного резерву тих кандидатів, які мають певний набір ділових та особистісних рис-якостей, що найбільш повно відповідають системі фахово-кваліфікаційних вимог, норм і цінностей до претендентів як особистостей. Тут важливими є як відповідність кандидата вакантній посаді, так і його профпридатність стосовно цієї посади. На етапі відсіювання претендентів відбувається оцінка кожного на місце у проекті і добір кращих зі створеного резерву, де основою слугує організація низки співбесід як форм вияву прямих комунікацій, за результатами яких створюються психограми для кожного учасника кастингу. Психограма – це система вимог і нормативів, які ця професія ставить до психологічного набору рис-якостей особистості, котра вирішила присвятити себе цьому виду складної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Валина В.* Методи адаптації персоналу. Управління персоналом. 1998. № 12. С. 32–39.
2. *Вацлавик П., Бивин Дж., Джексон Д.* Прагматика человеческих коммуникаций / пер. с англ. А. Суворовой. Москва: Апрель-пресс, 2000. 320 с.
3. *Вербець В. В.* Методологія та методика

соціологічних досліджень. Острог, 2001. 185 с.

4. *Виханский О. С., Наумов А. И.* Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. Москва: Изд-во МГУ, 1995. 416 с.

5. *Георгий Петрович Щедровицкий* / под ред. П. Г. Щедровицкого, В. Л. Даниловой. Москва: Росс. полит. энц-я (РОССПЭН), 2010. 600 с.

6. *Грейсон Дж.К. мл., О'Делл К.* Американский менеджмент на пороге XXI века / пер. с англ., предисл. Б. Мильнер. Москва: Экономика, 1991. 319 с.

7. *Зимбардо Ф., Ляйппе М.* Социальное влияние. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 448 с.

8. *Карпов А. В.* Психология менеджмента: Учеб. пособие. Москва: Гардарики, 2005. 584 с.

9. *Карташова Л. В.* Управление человеческими ресурсами. Москва: Инфра-М, 2005. 235 с.

10. *Корнилова Т. М., Смирнов С. Д.* Методологические основы психологии. Санкт-Петербург: Питер, 2006. 320 с. (Серия “Учебное пособие”)

11. *Кравченко А. И., Тюрина И. О.* Социология управления. Москва: Академический Проект, 2004. 1136 с.

12. *Луман Н.* Общество как социальная система / пер. с нем. А. Антоновский. Москва: Изд-во “Логос”, 2004. 232 с.

13. *М'ясоїд П. А.* Психологічне пізнання: історія, логіка, психологія. Київ: Либідь, 2016. 560 с.

14. *Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента / 3-е изд., испр. и доп.; пер. с англ. Москва: ОО И.Д. Вильямс, 2008. 672 с.

15. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва, 2000. 240 с.

16. *Попова І. М.* Соціологія. Пропедевтичний курс. Київ: Тандем, 1996. 270 с.

17. Предмет и метод психологии: Антология / под ред. Е. Б. Старовойтенко. Москва: Академпроект: Гаудеамус, 2005. 512 с. (Gaudeamus).

18. *Пругожин А. И.* Методы развития организации. Теория организации: Антология / сост. В.Л. Семикова. Москва: Академический Проект, 2005. С. 603–697.

19. Соціальна експертиза в Україні: методологія, методика, досвід впровадження / за ред. Ю.І. Саєнка. Київ: Ін-т соціології НАНУ, 2000. 194 с.

20. Управление персоналом организации: учебное пособие / под ред. А. Я. Кибанова. Москва: Инфа-М, 2005. 512 с.

21. *Фурман А. А.* Психология личности: ценностно-ориентационный вимір. Одеса: ОНПУ; Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 312 с.

22. *Фурман А. А.* Психология смысловитетового развития личности. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 508 с.

23. *Фурман А. В.* Методология парадигмальных исследований у социальной психологии. Київ: Институт политической и социальной психологии; Тернопіль: Економічна думка, 2013. 100 с.

24. *Фурман А. В.* Идея и зміст професійного методологування. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 378 с.

25. *Фурман А. В.* Модульно-розвивальна організація мислєдїяльності – схема професійного методологування. Психологія і суспільство. 2005. № 4. С. 40–69.

26. *Фурман А. В., Гіряк А. Н.* Психодіагностична експертиза модульно-розвивальних підручників. Тернопіль: Економічна думка, 2009. 312 с.

27. *Фурман О. Є.* Психологія впливу. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 304 с.

28. *Шандрук С. К., Фурман А. А.* Вчинкова організація пошукової пізнавальної активності осо-

бистості. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України: електрон. наук. фахове вид. 2017. Вип. 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadpn_2017_2_8

29. Шапиро С. А. Организационные коммуникации в целях эффективной работы компании. Москва: ГроссМедиа, 2007. 336 с.

30. Шарков Ф. И. Теория коммуникации: учебник, 2-е изд. Москва: "РИПЛ Холдинг", 2006. 215 с.

31. Шермерорн Дж., Хант Дж., Осборн Р. Организационное поведение / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 636 с.

32. Щедровицкий Г. П. Избранные труды / ред.-сост. А.А. Пископфель, Л.П. Щедровицкий. Москва: Шк. культ. политики, 1995. 760 с.

33. Щедровицкий Г. Методологічна організація сфери психології. Психологія і суспільство. 2000. № 2. С. 7–24.

34. Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности. Методологические проблемы современной науки. Москва: Наука, 1978. 391 с.

REFERENCES

1. Valyna, V. (1998). Metody adaptatsii personal [Methods of adaptation of staff]. *Upravlinnia personalom – Personnel Management*, 12, 32–39 [in Ukrainian].

2. Vatslavik, P. & Bivin, Dzh. & Dzhekson, D. (2000). *Pragmatika chelovecheskih kommunikatsiy [Pragmatics of human communication]*. (Trans. Suvorova, A.). Moscow: Aprel-press, [in Russian].

3. Verbets, V. V. (2001). *Metodolohiia ta metodyka sotsiolohichnykh doslidzhen [Methodology and methods of sociological research]*. Ostroh [in Ukrainian].

4. Vihanskiy, O. S., Naumov A. I. (1995). *Menedzhment: chelovek, strategiia, organizatsiia, protsess [Management: people, strategy, organization, process]*. Moscow: Izd-vo MGU [in Russian].

5. Schedrovitskiy, P. G. & Danilova, V. L. (Eds.). (2010). *Georgiy Petrovich Schedrovitskiy [Georgiy Petrovich Shchedrovitskiy]*. Moscow: ROSSPEN [in Russian].

6. Greyson, D. K. jun. & O'Dell, K. (1991). *Amerikanskiy menedzhment na poroge XXI veka [American management on the eve of the 21st century]*. (Trans., ed. B. Milner). Moscow: Ekonomika [in Russian].

7. Zimbardo, F. & Lyayppe, M. (2001). *Sotsialnoe vliyanie [Social impact]*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].

8. Karpov, A. V. (2005). *Psihologiya menedzhmenta [Management psychology]*. Moscow: Gardariki [in Russian].

9. Kartashova, L. V. (2005). *Upravlenie chelovecheskimi resursami [Human resource management]*. Moscow: Infra-M [in Russian].

10. Kornilova, T. M. & Smirnov, S. D. (2006). *Metodologicheskie osnovy psihologii [Methodological foundations of psychology]*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].

11. Kravchenko, A. I. & Tyurina, I. O. (2004). *Sotsiologiya upravleniya [Sociology of management]*. Moscow: Akademicheskii Proekt [in Russian].

12. Luman, N. (2004). *Obschestvo kak sotsialnaya sistema [Society as a social system]*. (Trans. Antonovskiy, A.). Moscow: Izd-vo "Logos" [in Russian].

13. Miasoid, P. A. (2016). *Psyhologichne piznannia: istoriia, lohika, psyhologhiia [Psychological cognition: history, logic, psychology]*. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].

14. Meskon, M. H. & Albert, M. & Hedouri, F. (2008). *Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of management]*. Moscow: Vilyams, I. D. ltd. [in Russian].

15. Nazarov M. M. (2000). *Massovaya kommunikatsiia v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovaniy [Mass communication in the modern world: analysis methodology and research practice]*. Moscow [in Russian].

16. Popova, I. M. (1996). *Sotsiolohiia. Propedevtychnyi kurs [Sociology. Propaedeutic course]*. Kyiv: Tandem [in Ukrainian].

17. Starovoytenko, E. B. (Ed.). (2005). *Predmet i metod psihologii: Antologiya [Subject and method of psychology: Anthology]*. Moscow: Akademproekt: Gaudeamus [in Russian].

18. Prigozhin, A. I. (2005). *Metody razvitiya organizatsii [Methods of organization development]*. *Teoriya organizatsii: Antologiya – Organization theory: Anthology* (Ed. Semikova, B. L.). Moscow: Akademicheskii Proekt, 603–697 [in Russian].

19. Saienko, Y. I. (Ed.). (2000). *Sotsialna ekspertyza v Ukrayini: metodolohiia, metodyka, dosvid vprovadzhennia [Social expertise in Ukraine: methodology, methodology, implementation experience]*. Kyiv: In-t sotsiolohii NANU [in Ukrainian].

20. A. Y. Kibanova (Ed.) (2005). *Upravlenie personalom organizatsii [Organization personnel management]*. Moscow: Infa-M [in Russian].

21. Furman A. A. (2017). *Psyhologhiia osobystosti: tsinnisno-orientatsiinyi vymir [Psychology of personality: value-orientation dimension]*. Odesa: ONPU; Ternopil: TNEU [in Ukrainian].

22. Furman, A. A. (2017). *Psyhologhiia smyslozhyttyevoho rozvytku osobystosti [Psychology of the meaning-life personality development]*. Ternopil: TNEU [in Ukrainian].

23. Furman, A. V. (2013). *Metodolohiia paradyhmalnykh doslidzhen u sotsialnii psyhologii [Methodology of paradigm research in social psychology]*. Kyiv: Instytut politychnoi i sotsialnoi psyhologii; Ternopil: Ekonomichna dumka [in Ukrainian].

24. Furman, A. V. (2016). *Ideia i zmist profesiinoho metodolohuvannia [Idea and content of professional methodologization]*. Ternopil: TNEU [in Ukrainian].

25. Furman, A. V. (2005). *Modulno-rozvyvalna orhanizatsiia myslediialnosti – skhema profesiinoho metodolohuvannia [Modular-developing organization of mental activity – a scheme of professional methodologization]*. *Psyhologhiia i suspilstvo – Psychology and society*, 4, 40–69 [in Ukrainian].

26. Furman, A. V. & Hirniak, A. N. (2009). *Psyhodydaktychna ekspertyza modulno-rozvyvalnykh pidruchnykiv [Psychodidactic examination of modular-developing textbooks]*. Ternopil: Ekonomichna dumka [in Ukrainian].

27. Furman, O. Y. (2003). *Psyhologhiia vplyvu [Psychology of influence]*. Ternopil: Ekonomichna dumka [in Ukrainian].

28. Shandruk, S. K. & Furman, A. A. (2017). *Vchynkova orhanizatsiia poshukovoi piznavalnoi aktyvnosti osobystosti [Practical organization of search cognitive activity of the individual]*. *Visnyk Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy – Bulletin of the National academy of the state border guard service of Ukraine*. (Vol. 2.). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadpn_2017_2_8 [in Ukrainian].

29. Shapiro, S. A. (2007). *Organizatsionnyie kommunikatsii v tselyah effektivnoy raboty kompanii [Organizational communications for the effective work of the company]*. Moscow: GrossMedia [in Russian].

30. Sharkov, F. I. (2006). *Teoriya kommunikatsii [Communication theory]*. Moscow: "RIPL Holding" [in Russian].

31. Shermerorn, D. & Hant, D. & Osborn, R. (2004). *Organizatsionnoe povedenie [Organizational behavior]*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].

32. Schedrovitskiy, G. P. (1995). *Izbrannyye trudy [Selected works]*. (Eds. Piskoppel, A. A. & Schedrovitskiy, L. P.) Moscow: Shk. kult. politiki [in Russian].

33. Shchedrovitskiy, H. (2000). *Metodolohichna orhanizatsiia sfery psikhologii [Methodological organization of the sphere of psychology]*. *Psykholohiia i suspilstvo – Psychology and society*, 2, 7–24 [in Ukrainian].

34. Yudin, E.G. (1978). *Sistemniy podhod i printsip deyatelnosti. Metodologicheskie problemy sovremennoy nauki [System approach and principle of activity. Methodological problems of modern science]*. Moscow: Nauka [in Russian].

АНОТАЦІЯ

Фурман Анатолій Анатолійович, Фурман Дар'я Андрійович.

Раціонально-психологічні організованості медіа-проектної діяльності.

На сучасному етапі розвитку медіа-індустрії зростають вимоги до претендентів на участь у проекті, що визначає потребу якісного покращення усієї системи підбору кадрів. Одним із важливих напрямків вирішення цього завдання є розвиток і вдосконалення системи роботи організатора кастингу в напружених і лімітованих умовах всього проектного забезпечення. Основне призначення чинного пошукування полягає у віднаходженні базових рис-якостей, характеристик особистості фахівця з відбору персоналу, в їх оформленні у чітку систему профільних орієнтирів, яка б дозволила з високим рівнем достовірності вказувати на їхнє ефективне впровадження саме на тлі здійснення певного медіа-проекту.

Організація масових заходів у галузі шоу-програм чи медіа-контенту, основними характеристиками якого є гнучкість, мінливість, висока інноваційна динаміка, диктує нові вимоги до претендентів на робочі місця і вимагає високого рівня компетенцій від кастинг-менеджера. Найактуальнішими серед них є: готовність до постійної самоосвіти, модернізація і застосування новітніх технічних засобів, підвищення професійної кваліфікації, ділова комунікація, використання нестандартних підходів до вирішення ситуаційних задач; здатність до прийняття відповідальних рішень, актуалізація критичного мислення, вмиле керівництво власною поведінкою і діяльністю; компетентна робота з різними джерелами інформації; ефективна поведінка в конкурентному середовищі чи стресогенних умовах.

Низка професійних властивостей фахівця з відбору персоналу зводиться до чотирьох основних мислєдіяльнісних функцій: планування, організації, мотивування, контролю, а також до двох об'єднувальних або додаткових призначень – ухвалення рішень та безпосередньої комунікації. Аналітичне їх осмислення ставить шерег вимог до кастинг-менеджера, що унаслідок у системі принципів, методів, способів і процедур гармонійного поєднання актуалізованої теоретичної свідомості, рефлексивного мислення і конкретної повноцінної діяльності із первинної підготовки, органі-

зації та реалізації цілей та основних задумів медіа-проекту.

Ключові слова: анкетування, бесіда, кастинг-менеджер, медіа-проект, методи підбору персоналу, метод експертних оцінок, опитування, раціонально-психологічні оргформи (організованості), резюме.

ANNOTATION

Anatoliy A. Furman, Darya Furman.

Rational-psychological organizations of media-project activities.

At the current stage of the media industry development, requirements for applicants for participation in the project are increasing, which determines the need for a qualitative improvement of the entire recruitment system. One of the important directions for solving this problem is the development and improvement of the system of the casting organizer work in a tense and limited conditions of the entire project support. The main purpose of the current search is to find the basic features of personality of the specialist in a selection of personnel, in their registration into a clear system of profile guidelines, which would allow with a high level of reliability to indicate on their effective implementation precisely against the background of the fulfilment of a certain media project.

Organization of mass events in the field of show programs or media content, the main characteristics of which are flexibility, variability, high innovation dynamics, dictates new requirements for job applicants and requires a high level of competence from the casting-manager. The most relevant among them are: readiness for constant self-education, modernization and application of the latest technical means, professional development, business communication, use of non-standard approaches to solve situational problems; ability to make responsible decisions, actualization of critical thinking, skillful leadership of own behavior and activity; competent work with different sources of information; effective behavior in a competitive environment or stressful conditions.

A number of professional properties of a recruiting specialist can be summarized into four main mental functions: planning, organization, motivation, control, as well as two combining or additional assignments – decision making and direct communication. Their analytical reflection raises a number of requirements for the casting-manager, which are manifested in a system of principles, methods, procedures of a harmonious combination of actualized theoretical consciousness, reflexive thinking and specific, full-fledged activity from the initial training, organization and implementation of goals and main ideas of the media project.

Key words: questionnaire, conversation, casting-manager, media project, methods of recruitment, method of expert assessments, rational-psychological organizational forms (organization), resume.

Рецензенти:

д. психол. н., проф. Москалець В.П.,

д. психол. н., проф. Томчук М.І.

Надійшла до редакції 4.09.2018.

Підписана до друку 24.09.2018.

Бібліографічний опис для цитування:

Фурман А.А., Фурман Д. Раціонально-психологічні організованості медіа-проектної діяльності / Анатолій А. Фурман, Дар'я Фурман // Психологія і суспільство. – 2018. – №3–4. – С. 234–250.