

XII Всеукраїнська
науково-
практична конференція
студентів, аспірантів та
молодих вчених

МОЛОДЬ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ



20 квітня 2023 р

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка
Кафедра психології

МОЛОДЬ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

Суми 2023

УДК 16.273+316.72
ББК 88.58
К 88

Рекомендовано Вченою радою Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка (протокол № 11 від 29.05.2023 р.)

Редакційна колегія:

Кузікова Світлана Борисівна – доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Вертель Антон Вікторович – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Дворніченко Лариса Леонідівна – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Єрмакова Наталія Олександрівна – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Пасько Катерина Миколаївна – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Пухно Світлана Валеріївна – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Усик Дмитро Борисович – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

Щербак Тетяна Іванівна – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

К 88 Молодь у сучасній психології. Збірник матеріалів конференції / за ред.: Кузікової С. Б., Вертеля А.В. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2023. – 284 с.

У збірнику матеріалів конференції висвітлюються актуальні теоретичні питання сучасної психології, результати емпіричних досліджень особистості і груп, презентуються психологічні особливості розвитку особистості в різні вікові періоди та специфіка психологічної допомоги особистості в ускладнених умовах життя. Особливу увагу приділено етнокультурним традиціям і цінностям, їх збереженню та трансформації в сучасних умовах, соціальній мобільності особистості в мультикультурному просторі.

До збірника вміщено наукові статті учасників XII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Молодь у сучасній психології» (20 квітня 2023 р.).

Видано в авторській редакції.

© Колектив авторів, 2023

© Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2023

<i>Колесник К.М.</i>	Адаптація першокурсників до навчальної діяльності в умовах війни	232
<i>Кухарєва Є.С.</i>	Причини, особливості прояву емоційного вигорання студентів та методичні засади його профілактики	232
<i>Мірошніченко В.М.</i>	Особливості складових адаптаційного потенціалу військовослужбовців	237
<i>Пухно С.В.</i>	Формування конфліктологічної компетентності як компоненту конфліктологічної культури студентів закладу вищої освіти – майбутніх вчителів в процесі вивчення дисципліни «психологія»	240
<i>Строган В.М.</i>	Професійне самовизначення в юнацтві	242
<i>Федорців С.О.</i>	Персональний бренд як основа конкурентоспроможності особистості	244
<i>Фоменко І.М.</i>	Причини та наслідки стресів у студентів закладів вищої освіти	246
<i>Чхайло Б.М.</i>	Процеси інтеграції в студентських групах закладу вищої освіти	247
<i>Шульга Д.А.</i>	Психологічні особливості професійної самореалізації дорослих жінок	249
РОЗДІЛ VI.	Психологічна допомога особистості в ускладнених умовах життя	
<i>Бойко Н.О.</i>	Психологічні особливості дітей-сиріт, які залишилися без піклування батьків	252
<i>Бондар В.В.</i>	Психосоціальна дезадаптація внутрішньо переміщених осіб	254
<i>Віаніс-Трофименко К.Б.</i>	Арт-терапія як один із засобів корекції емоційних станів особистості	255
<i>Данчук Ю.П., Логвіна О.А.</i>	Психологічні особливості впливу стресових реакцій на загальний стан людини	257
<i>Євтушенко І.В.</i>	Особливості соціально-психологічної адаптації внутрішньо переміщених осіб в умовах війни	259
<i>Кіріченко Д.І.</i>	Посттравматичний стресовий розлад в умовах воєнного стану	260
<i>Кривонос Т.А.</i>	Психологічні загрози та чинники підтримки психологічного здоров'я в умовах війни	263
<i>Куліш Х.О.</i>	Психологічні особливості прояву та подолання травматичних стресових станів в умовах війни	266
<i>Лаврик А.М.</i>	Сором'язливість та рекомендації з її подолання	269
<i>Леоненко М.С.</i>	Переваги метафоричного методу роботи з клієнтом в процесі психологічного консультування	271

- між наявними здібностями та професійними намірами;
- між відсутністю вмінь та навичок до обґрунтованого прийняття рішення професійного вибору та прагненнями до самостійності;
- між необхідністю продовжувати навчання та бажанням спробувати свої сили в професійній діяльності;
- між вимогами до бажаної професійної орієнтації її та станом здоров'я;
- між методами професійної підготовки та вимогами до сучасних спеціалістів.

Також існують елементи хибного відчуття самоствердження та самореалізації юнаків, високої самооцінки, які дають певну залежність від новітніх інформаційних технологій та соціальних мереж. Одночасно, комунікації молодих людей слугують домінуючими ресурсами, що відіграють важливу роль в можливості опанування новітніми інформаційними технологіями, якісно новими формами спілкування для пошуків необхідного обсягу інформації.

Таким чином, необхідність в юнацькому віці розроблення довгострокових стратегій на подальше професійне життя, одночасно пов'язана з характерною для цього віку низкою новоутворень: інтелектуальним розвитком, особистісною рефлексією, розумінням власної унікальності, розвитком самосвідомості. Саме в цьому віці постає завдання обрання власного шляху, професійної реалізації та зростання. Але професійне становлення підпорядковує собі всі мотиваційні тенденції, що виходять із безпосередніх інтересів особистості, та різноманітні мотиви, безпосередньо пов'язані з умовами соціально-професійного вибору. Відбувається усвідомлення необхідності орієнтації на майбутнє соціальне становище, тобто процес соціально-професійного статусу, вироблення стратегій подальшого розвитку та способи максимально ефективного їх здійснення.

Федорців Софія Олегівна

студентка Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка (м. Тернопіль),
науковий керівник: д. психол. н. М.О. Орап

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

Аналіз сучасних досліджень проблем бренду і брендингу демонструє виокремлення персонального бренду самостійним і доволі потужним напрямком психологічних досліджень. У дослідженнях провідних маркетологів персональний бренд розглядається як поєднання зовнішності особистості, її характеру, навичок та цінності, яку вона може запропонувати на ринку, вирізняючись з поміж інших, що й робить особистість та її продукт індивідуальним. У наукових дослідженнях бізнесу, реклами та маркетингу персональний бренд досліджується як ефективний інструмент для вирішення

бізнес-завдань різного рівня, як засіб для оптимізації системи збуту. Актуальними є питання ідентичності бренду, аудиту бренду, еволюційного трансформування бренду, стратегії формування бренду та класифікації і характеристики структурних елементів бренду.

У психологічних дослідженнях поняття персонального бренду пов'язують із створенням певного образу особистості в свідомості цільової аудиторії, який, презентуючи власні цінності, відповідає їхнім очікуванням. Відтак, досліджуються питання особливостей психологічного сприйняття бренду споживачем (О. В. Гук), моделювання поведінки споживача через управління персональним брендом, взаємозв'язок ідентичності споживача та індивідуальності бренду (Н. В. Антонова), психологічні особливості комунікації персонального бренду, аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості. Дослідники зазначають, що аналіз соціально-психологічних механізмів формування персональних брендів необхідний також для розуміння закономірностей вибору бренду, формування лояльності та прихильності до бренду. Дотичними до питань персонального брендингу є проблеми формування іміджу.

Аналіз робіт, присвячених питанням сутності, змісту, факторів конкурентоспроможності, конкретизація та структурування результатів цих досліджень дозволили нам виділити основні риси конкурентоспроможності як риси особистості, а саме: а) конкурентоспроможність є здатність витримати конкуренцію, протистояти конкурентам, що характеризується активною спрямованістю на успішність у професійній діяльності; б) конкурентоспроможність є однією з характеристик особистості: вона може існувати поза особистості; в) конкурентоспроможність передбачає наявність у особистості загальних та професійних спеціальних знань, умінь, навичок, широкого кругозору; г) конкурентоспроможність передбачає спрямованість особистості творчу самореалізацію – особистість реалізує свої професійні здібності, намагаючись відповідати покладеним нею вимогам у зв'язку з її професійною діяльністю.

Таким чином, виокремлюється нове наукове завдання – визначити закономірності впливу процесу створення персонального бренду на формування та підвищення конкурентоспроможності особистості. З цією метою нами здійснюється дослідження, загальною метою якого є виокремлення тих стратегій брендингу, які сприятимуть оптимальній конкурентоспроможності як бренду, так і власне особистості, яка цей персональний бренд створює.

З-поміж існуючих моделей бренду, найбільш повною та адекватною для аналізу персонального бренду ми вважаємо модель ТТВ (ThompsonTotalBranding), яку й обираємо для здійснення нашого дослідження. Згідно моделі ТТВ, персональний бренд складається з декількох шарів, серед яких ядром бренду є продукт, сутність того, що продається. У випадку персонального бренду продуктом може виступати –

професійна експертність, стиль/мода, life style, компанія/продукт, який представляє дана особистість. Другим шаром структури персонального бренду є позиціонування – функціональне призначення продукту, загальна філософія бренду. Далі – цільова аудиторія, котра визначає спрямованість та специфіку позиціонування, потенційні споживачі, на котрих спрямовані комунікації. І останній, зовнішній шар структури бренду – це індивідуальність бренду, його специфічна відмінність від інших, його унікальні конкурентні переваги. Саме ця модель побудови бренду: 1) відображає найбільш особистісно значимі та психологічно обумовлені чинники впливу бренду на споживача; 2) дає змогу виокремити систему чинників, які створюють конкурентні переваги персонального бренду, підкреслюючи його індивідуальність.

Отже, формування конкурентоспроможного персонального бренду ґрунтується на реалізації конкурентних переваг особистості та наявності у неї конкурентоспроможності як риси особистості.

Фоменко Іван Михайлович

студент Сумського державного педагогічного університету
імені А.С.Макаренка (м. Суми),
науковий керівник: к. психол. н. С.В. Пухно

ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ СТРЕСІВ У СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

На сьогодні в психологічній практиці вивчення такого психологічного феномену, як стрес у студентів закладів вищої освіти, є дуже затребуваним, оскільки молодим людям потрібно знати причини виникнення стресів та володіти навичками долаття цих станів. Знання етапів та властивостей наслідків стресу допоможуть студенту закладу вищої освіти у майбутньому.

У науковій літературі термін «стрес» використовують в наступних значеннях. По-перше, стрес є фізичною реакцією організму на дію «сильного» подразника або комплексу подразників. Функцією фізіологічних реакцій є підтримка психічних процесів з метою подолання цього стану. Також, стрес може вважатися лише суб'єктивною реакцією на будь-який подразник. У цьому значенні, цей емоційний стан відображає внутрішній психічний стан і напругу. Зазвичай, виражається в емоціях. Поняття «стрес» може визначатися за умови дії будь-якого зовнішнього стимулу, що викликає у людини стан напруги та збудження. В цьому значенні використовують терміни «стресор» та «стрес-фактор». На сьогодні виділено наступні фази стресу: фаза тривоги; фаза опору; фаза виснаження. Фаза тривоги – це стадія, яка виникає з появою будь-якого подразника, який викликає стрес. Прикладом цього в житті студента може бути екзамен із складного предмета