

**Громадська організація
«Південна фундація педагогіки»**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ РОБІТ
учасників міжнародної
науково-практичної конференції**

**«ПСИХОЛОГІЯ ТА ПЕДАГОГІКА:
ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ, СУЧАСНИЙ СТАН
ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ»**

18–19 вересня 2020 р.

**Одеса
2020**

УДК 159.9+37.01(063)
П86

Психологія та педагогіка: історія розвитку, сучасний стан та перспективи досліджень: Збірник наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (18–19 вересня 2020 р., м. Одеса). – Одеса: ГО «Південна фундація педагогіки», 2020. – 108 с.

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

УДК 159.9+37.01(063)

© Автори статей, 2020
© Південна фундація педагогіки, 2020

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЗАГАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ ОСОБИСТОСТІ

Александров Ю. В. ПРОБЛЕМИ УСТАНОВКИ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ.....	7
Дерев'янка Н. З. ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВІВ ПРОСОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ У ЗАКОРДОННОМУ ПСИХОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	10
Калішук С. М. ПСИХОЛОГІЧНІ ПОЯСНЮВАЛЬНІ ПРИЗМИ ГЕНЕЗИ СВДОМОСТІ ОСОБИСТОСТІ.....	13
Лигоміна Т. А. ОБГРУНТУВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДО ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПРАКТИЧНИХ ПСИХОЛОГІВ	17
Хрунь О. В., Спринська З. В. ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА СІМЕЙ, ЯКІ ВИХОВУЮТЬ «ОСОБЛИВИХ ДІТЕЙ».....	20
Ярмольчик М. О. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОПІНГ-СТРАТЕГІЙ	25

СЕКЦІЯ 2. ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ

Борисенко Л. Л. ВПЛИВ АКЦЕНТУАЦІЙ ОСОБИСТОСТІ НА ФОРМУВАННЯ НЕВРОТИЧНИХ СТИЛІВ ПОВЕДІНКИ.....	30
Загалевиц В. Л., Марчак Т. А. СПЕЦИФІЧНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА СОЦІАЛІЗАЦІЇ ДІТЕЙ «ГРУПИ РИЗИКУ».....	33
Іванцев Н. І. СПЕЦИФІКА ВИКЛАДАННЯ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ КУРСУ «ПСИХОЛОГІЧНЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ В РЕАБІЛІТАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ» У ЗМІСТІ ПІДГОТОВКИ КЛІНІЧНИХ ТА РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ПСИХОЛОГІВ	37

Лигомина Т. А.
старший викладач кафедри дошкільної та початкової освіти
Київський університет імені Бориса Грінченка
м. Київ, Україна

ОБРУНТУВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДО ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПРАКТИЧНИХ ПСИХОЛОГІВ

Формування власного професійного іміджу є невід’ємною частиною професійної діяльності кожного сучасного фахівця. Проте у психологічній науці немає однозначних відповідей на запитання як правильно формувати професійний імідж. У даній публікації представлені спроби знайти оптимальний підхід для формування професійного іміджу загалом та імідж практичних психологів зокрема.

У психологічній науці немає визначеного однозначного підходу до формування професійного іміджу. Окремі аспекти проблеми формування професійного іміджу деякою мірою висвітлено науковцями, які досліджували: психологію індивідуальності (Б. Ананьев, В. Мерлін, Є. Рогов, С. Рубінштейн); особливості становлення «Я-концепції» особистості (Р. Бернс, А. Маслоу, К. Роджерс); специфіку сприйняття людини людиною та соціальної перцепції (Л. Божович, Л. Виготський, Б. Ломов); концептуальні засади та практичний інструментарій іміджології (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкінс, А. Панасюк, В. Шепель); сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективної самопрезентації (І. Альохіна, В. Бебік, М. Вудкок, Ф. Кузін, Д. Френсіс); формування «професійного образу Я» майбутнього педагога (І. Володарська, Н. Гузій, А. Морозов, С. Панчук,); формування іміджу соціального педагога в системі післядипломної освіти (І. Ніколаеску, М. Навроцька); формування іміджу майбутнього психолога (О. Затворнюк; Л. Новік); особливості іміджу психолога та певні аспекти його формування (О. Чебикін, С. Астрейко); роль іміджу у сприйнятті психолога (Н. Процко) тощо.

Оскільки розробленого підходу до формування професійного іміджу фахівців в психологічній літературі немає, розглянемо детальніше існуючі підходи до формування професійного іміджу наближених до психологів фахівців.

Дослідник у сфері іміджу В. Шепель розробив модель технології формування іміджу, яка складається з таких самопрезентацій:

- «Я-концепція» – морально-психологічна підготовка;
- фейсбїлдінг – формування особистості з урахуванням всіх супутніх чинників;
- кінесика – тілесне інформування;

- дизайн одягу – підбір і носіння одягу, використання аксесуарів;
- володіння словом – риторична складова;
- флюїдне випромінювання, тобто створення особового «біоенергетичного поля»;
- комунікативна механіка – майстерність спілкуватися [5, с. 287].

Автор використовує поняття самопрезентації як тенденцію до регулювання власної поведінки з метою відповідності вимогам соціальної ситуації. На нашу думку запропонована модель досить узагальнено характеризує процес формування іміджу, тому вважаємо за доцільне детальніше розглянути підходи до формування іміджу інших науковців.

Науковець в сфері педагогічної іміджології, А. Каложний, доповнює описану вище модель технології формування іміджу, виділюючи дві основні групи компонентів побудови іміджу: вміння управляти собою та вміння взаємодіяти з особистістю та колективом.

До першої групи компонентів автор відносить – управління власним емоційним станом, здатність правильно виражати емоції та використовувати їх у власних цілях під час формування іміджу; володіння власним тілом (фізичне здоров'я, здатність контролювати власну міміку та пантоміміку); соціальну перцепцію (вміння відчувати настрій інших людей, правильно поводитись у конфліктних ситуаціях); мовлення (постановка голосу, управління темпом і тембром голосу).

До другої групи віднесені такі складові: дидактичні вміння; організаційні здібності; комунікативні вміння і техніки оцінювання.

Для розуміння всіх аспектів формування іміджу, вважаємо доречним додати дослідження щодо умов формування іміджу (Ю. Дзядевич). На основі аналізу психологічної літератури автором було виокремлено три умови формування іміджу у студентської молоді.

Перша умова – забезпечення позитивної мотивації до формування професійного іміджу та стійкої потреби в саморозвитку та самовдосконаленні. Відповідно до теорії мотивації (К. Левін, А. Леонт'єв, А. Маслоу, К. Роджерс, С. Рубінштейн та ін.), саме процес мотивації забезпечує і стимулює поведінкову активність особистості, тобто внутрішня потреба до постійного розвитку і вдосконалення, що лежить в основі мотивації до формування іміджу і є рушійною силою в процесі формування іміджу.

Друга умова формування іміджу є науково-теоретичні та практичні знання про сутність і значущість професійного іміджу.

Третя умова формування іміджу – впровадження в навчально-виховний процес традиційних та інноваційних методів і форм роботи, що сприяють формуванню професійного іміджу студентів [2, с. 60].

Таким чином, вищезазначені умови окреслюють тактику і стратегію формування професійного іміджу.

Виокремивши можливі стратегії і тактики формування іміджу фахівців, спробуємо визначити методи та засоби формування іміджу.

Аналізуючи підходи до формування іміджу майбутніх психологів, науковці виділяють потреби, що на їхню думку, лежать в основі формування іміджу – це потреба у презентації себе оточуючим та потреба у саморозвитку і самовдосконаленні (Л. Новік, О. Затворнюк), що підтверджують тези вищезазначених авторів (Ю. Дзядевич) [4; 3; 2]. Відповідно, для формування ефективного професійного іміджу психолога, в іміджу мають бути реалізовані зазначені вище потреби. Саме тому формування професійного іміджу психологів має здійснюватись відповідно до компонентів готовності до професійного самовдосконалення, якими є мотиваційний (обумовлює вмотивованість та позитивний характер дій з самовдосконалення), когнітивний (сприяє цілеспрямованості й осмисленості) та операційний (забезпечує якість і творчий характер професійного самовдосконалення) компоненти [3, с. 42].

Отже, результати представлених вище наукових пошуків, свідчать про відсутність єдиного підходу до формування професійного іміджу і особливо щодо формування професійного іміджу практичних психологів закладів освіти. Проте всі дослідники іміджу зазначають, для того, щоб навчити фахівців творенню власного професійного іміджу необхідно використовувати сучасні, інноваційні, продуктивні методи та форми навчання. Саме таким вимогам відповідають тренінгові технології.

У зв'язку з усім вищезазначеним, вважаємо доцільним використання тренінгових технологій для формування іміджу фахівців. Ми розробили власну тренінгову програму формування професійного іміджу практичних психологів «Розвиток професійного іміджу практичного психолога». Розроблена нами тренінгова програма була побудована на основі загально-теоретичних положень побудови психологічного тренінгу. Серед загальних цілей тренінгової програми були дослідження психологічної тематики, що стосується учасників тренінгу, покращення їхнього суб'єктивного самопочуття та підвищення психологічного благополуччя, покращення психологічних механізмів міжособистісної взаємодії, розвиток самосвідомості учасників, реалізація творчого потенціалу тощо [1, с. 15].

Метою тренінгової програми «Розвиток професійного іміджу практичного психолога» є сприяння професійного розвитку фахівців-психологів, беручи за основу професійний імідж психологів та використовуючи механізми його творення (корекції). Програма покликана допомогти практичним психологам оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками у сфері іміджу, підвищити відчуття професійної значимості й усвідомити власну професійну цінність, розкрити внутрішній потенціал, реалізувати потреби психологів в самопрезентації та самовдосконаленні і побудувати план розвитку власного професійного іміджу в процесі професійної діяльності.

Подальші перспективи досліджень вбачаємо у впровадженні зазначеної тренінгової програми формування професійного іміджу практичних психологів та перевірки її ефективності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бевз В. Основні положення щодо проведення тренінгів // Відкритий урок: Розробки. Технології, Досвід: Освітнянський науковометодичний журнал. – 2005. – № 11. – С. 12–20.
2. Дзядевич Ю. В. Теоретичне обґрунтування педагогічних умов формування професійного іміджу студентів мистецьких спеціальностей // Наукові записки кафедри педагогіки. – 2011. – № 27. – С. 58–63.
3. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів // Освіта та розвиток обдарованої особистості. – 2014. – № 9–10. – С. 41–44.
4. Новік Л. О. Психологічні основи формування іміджу у студентів-психологів у процесі фахової підготовки // Психологія: реальність і перспективи. – 2014. – №. 3. – С. 112–115.
5. Шепель В. М. Импиджология: секреты личного обаяния. М.: ЮНИТИ. 356 с. – 1997.

Хрунь О. В.

студентка ІІ курсу магістратури
факультету психології, педагогіки та соціальної роботи

Спринська З. В.

кандидат психологічних наук,
доцент кафедри практичної психології

*Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка*

м. Дрогобич, Львівська область, Україна

ПСИХОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА СІМЕЙ, ЯКІ ВИХОВУЮТЬ «ОСОБЛИВИХ ДІТЕЙ»

Постановка проблеми та її актуальність. Народження і виховання «особливої дитини» є важким психосоціальним стресом для її батьків. В сім'ях, де виховується така дитина порушені сфери соціальних контактів, сімейних взаємин, дозвілля, виникає багато проблем по догляду за хворою дитиною.

Сім'я, в якій живе дитина з певними вадами, стає особливою групою, якій відповідає притаманна тільки їй атмосфера міжособистісних відносин. Ці відносини по-різному проявляються і впливають на розвиток дитини, перебіг її захворювання, а також загальний психоемоційний стан самих батьків.