

ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРЕНІНГУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ АДАПТАЦІЇ ДО НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРШОКУРСНИКІВ

Беруашвілі Світлана

студентка 3 курсу соціально-
психологічного факультету

Науковий керівник:

доцент кафедри соціальної та
практичної психології

О.В. Мазяр

Важливим показником на початку навчального життя в умовах університету є рівень психологічної адаптованості особистості. Адаптація – це термін, що включає показники процесу психологічного так і соціального становлення особистості в нових умовах. Адаптація студентів є предметом багатьох дискусій вчених. Саме вміння швидко адаптуватись, визначає успішність в подальшій діяльності особистості.

В наш час немає однозначного визначення поняття «адаптації». Це поняття вивчали такі вчені як А.В. Фурман, І.В. Каськов, В.П. Петленков. Адаптивність розглядається як природжена або набута можливість людини до адаптації. А саме адаптаційні можливості – як якості, що цю спроможність задовільняють.

Проблеми адаптації висвітленні в працях багатьох вчених. Важливий внесок у розкриті проблеми адаптації першокурсників до навчання в виші зробили праці А.К.Гришанова, В.Д.Цуркана, А.В.Сиомичева, Т.І. Ронгинської.

З кожним роком змінюється не тільки система навчання в виші, а й безперечно психологічно-соціальне середовище. Тому дослідження адаптації студентів є актуальним і потребує додаткових досліджень і експериментів.

Дослідження відбулося в Житомирському коледжі культури і мистецтв імені Івана Огієнка. Вибірка становила 20 студентів-першокурсників. Для визначення рівня адаптації студентів використано методику дослідження соціально-психологічної адаптації К. Роджерса - Р. Даймонда.

За результатами першого виміру були отримані наступні результати (перший відсотковий показник експериментальної групи, другий – контрольної):

І.Адаптація (57,6%, 56,9%), що є нижчим за показник норми, досліджувані не пристосовані до навчального процесу.

II.Прийняття себе (59%, 55,3%), присутній внутрішній конфлікт з самим собою.

III.Прийняття інших (49,4%, 52,2%), критичне відношення до людей, роздратування, презирство стосовно них, очікування негативного відношення до себе.

IV.Емоційний комфорт (56,6%, 58,2%), наявність виражених негативних емоційних станів.

Отже, студенти-першокурсники мають низький рівень адаптованості, їм важко дотримуватись нових вимог навчання, виникають труднощі у взаємостосунках, присутні негативні емоції.

Результати другого виміру демонструють, що рівень відсотку показників збільшився в експериментальній групі; водночас контрольна група не піддалась суттєвим змінам.

Експериментальна група:

I.Адаптація (66,8%)

II.Прийняття себе (67,5%)

III.Прийняття інших (64,9%)

IV.Емоційний комфорт (66,4%)

Контрольна група:

I.Адаптація (54,1%)

II.Прийняття себе (54%)

III.Прийняття інших (48,9%)

IV.Емоційний комфорт (56,7%)

Якщо розглянути результати експериментальної групи до проведення адаптаційного тренінгу і після, ми бачимо зміни, підвищення всіх чотирьох критеріїв: адаптації, прийняття себе, прийняття інших, емоційний комфорт. Результати контрольної групи не набули значних змін, рівень адаптації студентів зазнав регресу, і досліджувані отримали менші результати по всіх критеріях.

Якщо порівняти групи студентів-першокурсників, прослідковується те, що психологічний тренінг сприяв підвищенню адаптації в цілому. Можна зробити загальний висновок про те, що соціально-психологічний тренінг є досить ефективним і можливе його подальше використання.

Список використаних джерел

1. Фурман А. В. Психодіагностика особистісної адаптивності: Наукове видання. – Тернопіль : Економічна думка, 2000. – 197 с.
2. Гришанов Л. К., Цуркан В. Д. Социологические проблемы адаптации студентов младших курсов // Психолого-педагогические аспекты адаптации студентов к учебному процессу в вузе: Сб. науч. трудов. – Кишинев : изд-во Кишин. госуд. ун-та, 1990. – С. 3-17.

3. Розов В. І. Формування і розвиток механізмів адаптивної психофізіологічної саморегуляції у студентів.//Проблеми вищої школи. Наук.-метод. зб. – Вип.. 81. – К., 1994. – С. 87-92.
4. Гоцман О. Адаптація першокурсників до умов навчання у ВНЗ: основні труднощі та шляхи їх подолання / О. Гоцман // Магістр. – Тернопіль, 2007. – Вип. 3. – С. 48–51

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ЕРОТИКИ У РЕКЛАМІ

Божук Інна

студентка 4 курсу
соціально-психологічного факультету

Науковий керівник:
Кандидат психологічних наук
В.В.Кириченко

Реклама, що має сексуальний підтекст є одним з найбільш потужних інструментів залучення споживачів, що на підсвідомому рівні пробуджує несвідомі людські інстинкти та формує потребу до придбання товару. Дане питання розглядається науковцями не тільки психології, а й представниками інших наук. Рекламу, в тому числі і з сексуальним сюжетом, можна побачити всюди. Спектр використання такої реклами дуже широкий, від продуктів харчування до брендових товарів.

Серед науковців можна виокремити роботи З.Фрейда, К.Юнга, Е. Фромма, Ж. Бодрійя.

Метою проведення даного дослідження є дослідити ефективність використання елементів еротичності у рекламі та вплив цієї реклами на споживачів. Дослідження проводилося у 2016 році у Житомирському Державному університеті ім. Івана Франка. Загальна вибірка складала 50 осіб (25 дівчат, 25 хлопців) - студенти 1-4 курсів, які навчаються на соціально-психологічному факультеті.

В основу дослідження було покладено припущення про те, що сучасна реклама містить велику кількість еротичних елементів. Використання елементів еротичності у рекламі стимулює покупця до придбання товару.

Для дослідження нами був обраний метод експерименту. У ході роботи нами було встановлено, що це природний, констатуючий, пошуковий, реальний експеримент.