

5. Meerkerk, von E. (2022) The Cultural Entrepreneurship Scorecard: An Instrument for Assessing Cultural Institutions. The Journal of Arts Management Law and Society 52(1), p. 1-18 DOI:[10.1080/10632921.2022.2030270](https://doi.org/10.1080/10632921.2022.2030270)

6. Naudin, Annette. (2017). Cultural Entrepreneurs: Identity and becoming a cultural entrepreneur. International Journal of Entrepreneurial Venturing. 9. 1. DOI: 10.1504/IJEV.2017.10006932.

УДК 159.9

СИНДРОМ ВТРАЧЕНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ (FOMO)

А. В. Колодяжна, кандидат психологічних наук, доцент
М. С. Закарлюка, студент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: молодь, онлайн-середовище, самосвідомість, емоційна нестійкість, управління часом, емоційне благополуччя.

Розвиток соціальних мереж і мобільних пристроїв створив культуру постійного зв'язку серед молоді, що призвело до явища, відомого як FOMO (Fear of Missing Out). FOMO, або страх пропустити щось важливе, є психологічним явищем, яке стає все більш поширеним у сучасному суспільстві, особливо серед молоді. Це почуття виникає внаслідок соціального порівняння з іншими, особливо в онлайн-середовищі, де постійно демонструються життя і досягнення інших людей.

Основні симптоми FOMO включають постійну потребу перевіряти соціальні мережі для того, щоб бути в курсі останніх подій та актуальних новин. Молоді люди, що страждають від цього явища, можуть відчувати переживання через пропущені події, вечірки, зустрічі з друзями чи можливості для розвитку особистості. Це може посилювати невпевненість у власних рішеннях та власній життєвій стратегії, оскільки вони постійно порівнюють своє життя з життям інших через соціальні мережі. Цей страх викликаний потребою залишатися на зв'язку з друзями та однолітками, а також бажанням бути в курсі останніх тенденцій і досвіду. На жаль, ефект доміно FOMO на емоційне благополуччя молоді та управління часом стає все більшою проблемою [1].

Утворене почуття невпевненості може призвести до стресу, тривоги та незадоволеності власним життям. Людина відчуває, що її життя не таке як у інших, і це призводить до негативних емоцій та погіршення психічного стану. Це може бути наслідком необґрунтованого рішення, ухваленого під впливом емоцій та страху пропустити можливість, яке є класичним проявом FOMO.

Страх втрачених можливостей також створює відчуття відриву від автентичної особистості, оскільки молоді люди намагаються відповідати соціальним нормам і бути схожими на своїх однолітків. Це може призвести до погіршення управління часом і прокрастинації, оскільки вони проводять більше часу в соціальних мережах, намагаючись бути в курсі останніх тенденцій і досвіду. [2].

FOMO став серйозною проблемою серед молоді в онлайн-середовищі, що призвело до ефекту доміно на їхньому емоційному благополуччі та плануванні часу. Однак, розуміючи причини та наслідки FOMO, можна розробити стратегії сприяння емоційному благополуччю та самосвідомості. Одна зі стратегій полягає в тому, щоб обмежити використання соціальних мереж і робити цифрові перерви, щоб відключитися від онлайн-світу. Практика усвідомленості та саморефлексії також може допомогти молодим людям стати більш самосвідомими та розвинути краще відчуття своєї справжньої сутності. Розвиток здорових механізмів подолання, таких як фізичні вправи, читання або проведення часу з близькими, також може допомогти їм керувати своїм FOMO та сприяти емоційному благополуччю [2].

Для подолання FOMO важливо зосередитися на своїх власних цілях та цінностях, що допоможе зберегти відчуття власної унікальності та важливості власних досягнень. Розвиток позитивних міжособистісних стосунків також відіграє важливу роль у подоланні цього явища, оскільки вони можуть стати опорою та джерелом підтримки в моменти, коли виникає почуття пропущеної можливості чи неспіху [3].

Важливо зрозуміти, що соціальні мережі не завжди відображають реальність життя, а часто показують лише позитивні аспекти життя людей. Порівняння себе з іншими може бути малопродуктивним, оскільки кожна людина має свій власний шлях і темп життя. Важливо навчитися цінувати свої досягнення та радіти за успіхи інших, не порівнюючи їх із своїми.

Крім того, встановлення здорових меж використання соціальних мереж може допомогти уникнути втрати часу та негативного впливу на психічне здоров'я. Важливо відповідально відноситися до інформації, яку ми споживаємо, та вміти контролювати свій час, щоб використовувати його для досягнення власних цілей та задоволення від життя [2].

Вивчення явища FOMO дозволяє краще зрозуміти вплив соціальних мереж на психіку та поведінку людей, що є важливим для розробки ефективних стратегій для підтримки психологічного здоров'я та самопочуття в умовах сучасного інформаційного перенасичення. Дослідження цього явища може сприяти розробці програм інформаційної грамотності, спрямованих на навчання людей критично оцінювати інформацію, яку вони споживають в соціальних мережах, та уникати випадків порівняння себе з

іншими. Також, розуміння механізмів FOMO може допомогти розробити психологічні методики для підвищення самосвідомості та самопідтримки у людей, що страждають від цього явища.

Список використаних джерел

1. Аршава І., Баратинська А. Специфіка виникнення «синдрому втрачених можливостей» у представників української молоді. *Collection of Scientific Papers «SCIENTIA»*, (February 23 2024; Amsterdam, Netherlands), 280–281.
2. Варивода К. С. Позитивні й негативні аспекти взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах. Журнал науковий огляд. № 7 (17), 2015. С. 1-16
3. Кириленко Т., Колодяжна А. Систематизація проблем вивчення самоставлення особистості. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія. Педагогіка. Соціальна робота. № 1. Київ: Київський університет, 2010. С. 29-33.

УДК 159.9

МОВА ВИКЛАДАЧА ТА ЙОГО ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ

А. В. Колодяжна, кандидат психологічних наук, доцент

Д. Є. Коваль, студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: імідж, імідж викладача, комунікація, педагогічна майстерність.

Формування іміджу викладача, ураховуючи специфіку його діяльності, є одним зі шляхів гуманізації освіти та підвищення ефективності педагогічної праці. Поняття імідж трактується як індивідуальний вигляд чи ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою чи власними зусиллями особистості для залучення до себе уваги, акцентуючи її на візуальній привабливості особистості [1].

Мистецтво оптимально створити педагогічний імідж – завдання не менш важливе, ніж уміння знайти потрібні методичні прийоми у викладанні предмета. Імідж – уявлення про самого себе, створюване професіоналом. Як відомо, що воно вдаліше, то вищий професійний авторитет педагога, то легше знаходити спільну мову зі студентами, учнями і завоювати в них визнання і повагу. Створюючи свій імідж, педагог формує власну репутацію в очах дітей, долаючи або затушовуючи негативні сторони та, навпаки, акцентуючи ті, що допоможуть взаємодіяти з класом чи групою і зрештою ведуть до