

Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка
ННІ психології та соціальної роботи
Кафедра загальної, вікової та соціальної психології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
освітнього ступеня «магістр»
на тему
СОЦІАЛЬНІ УЯВЛЕННЯ МОЛОДІ ПРО ПРОФЕСІЮ ПСИХОЛОГА

Виконала:

студентка 2 курсу магістратури, 61 групи
Мерзлякова Євгенія Владиславівна

Науковий керівник:

Дроздова Марина Анатоліївна,
канд. психол. наук, доцент

Захищено з оцінкою _____

Голова ЕК _____

Студент(ка)	_____	_____
	Підпис	П.І.Б.
Наук. керівник	_____	_____
	Підпис	П.І.Б.
Рецензент	_____	_____
	Підпис	П.І.Б.

Кваліфікаційна робота розглянута на засіданні кафедри загальної, вікової та соціальної психології, протокол № _____ від «____» _____ 2024 року.
Студент(ка) допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ І СТЕРЕОТИПІВ ПРО ПРОФЕСІЇ	
1.1. Аналіз феномена соціальних уявлень.....	5
1.2. Феномен професійних стереотипів.....	15
1.3. Соціальні уявлення та стереотипи про професію психолога.....	233
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ МОЛОДІ ПРО ПРОФЕСІЮ ПСИХОЛОГА	
2.1. Методика та процедура дослідження.....	300
2.2. Отримані результати та їхній аналіз.....	322
2.3. Практичне впровадження результатів дослідження.....	388
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність дослідження соціальних уявлень про професію психолога зумовлена рядом причин. По-перше, в останні роки психологічна наука і професія психолога набувають все більшого розповсюдження і популярності. По-друге, молоді люди частіше звертаються за психологічною допомогою і все частіше обирають цю професію для свого майбутнього. По-третє, психологи відіграють важливу роль у формуванні психічного здоров'я нації, що стає особливо важливим у контексті соціальних змін, криз, конфліктів і пандемій. По-четверте, розуміння того, як молодь уявляє професію психолога, може допомогти в удосконаленні профорієнтаційних програм, підвищенні інтересу і ефективності підготовки фахівців.

Об'єкт дослідження – феномен соціальних уявлень.

Предмет дослідження – зміст соціальних уявлень про професію психолога серед студентів різних спеціальностей.

Метою дослідження є виявлення специфіки соціальних уявлень про професію психолога серед студентів різних спеціальностей.

Згідно з поставленою метою було визначено **основні завдання дослідження:**

1. Теоретико-методологічний аналіз соціальних уявлень і стереотипів про професії.
2. Організація та проведення емпіричного дослідження соціальних уявлень про професію психолога серед студентів різних спеціальностей.
3. Математико-статистичний та якісний аналіз отриманих результатів.
4. Практичне впровадження результатів у вигляді розробки лекційного заняття для студентів спеціальності «Психологія».

Теоретико-методологічною основою дослідження стали концептуальні положення зарубіжних та вітчизняних науковців про феномен соціальних уявлень (С. Московісі, Ж. Абрик, В. Дуаз, Д. Жоделе, Є. Маценова,

О. Васильченко, І. Бондаревська, І. Жадан, В. Фомічова) стереотипи загалом (У. Ліппман, Г. Теджфел, О. Ткачишина, В. Доценко, С. Крещук) і професійні стереотипи зокрема (Л. Доценко, К. Крещук, О. Блинова), а також наукові розвідки О. Самкової, О. Сергєєнкової та А. Прядко, Л. Бондаренко, О. Ткачишиної щодо соціальних уявлень і стереотипів про професію психолога.

Методи дослідження. У дослідженні використано комплекс теоретичних (аналіз, узагальнення, класифікація), емпіричних (суб'єктивне шкалювання) та математико-статистичних (первинна математико-статистична обробка результатів) методів.

Структура роботи зумовлена логікою дослідження і складається зі вступу, двох розділів, списку використаних джерел (32 найменування). У першому розділі наведено результати теоретичного аналізу феноменів соціальних уявлень та стереотипів, а також наукові розвідки стосовно особливостей соціальних уявлень і стереотипів про професію психолога серед молоді. У другому розділі міститься опис процедури емпіричного дослідження, отримані результати, їхній аналіз та практичні рекомендації. Загальний обсяг роботи становить 54 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ І СТЕРЕОТИПІВ ПРО ПРОФЕСІЇ

1.1. Аналіз феномена соціальних уявлень

Соціальні уявлення є одними з найбільш складних елементів ментального життя особистості, адже вони взаємодіють із численними аспектами психіки, включаючи пам'ять, вірування, переконання та ідеологічні структури. Вони проникають у всі області людської свідомості і торкаються як соціальних, так і психічних аспектів життя, що робить їх ключовим об'єктом у вивченні соціальної психології.

Концепція соціальних уявлень є однією з найважливіших сучасних теоретичних моделей у когнітивній психології Західної Європи. Ця концепція нерозривно пов'язана з іменем французького психолога С. Московісі, а також з представниками так званої «французької дослідницької школи», до якої належать такі науковці, як Ж.К. Абрик, В. Дуаз, Д. Жоделе та ін. [7].

Варто зазначити, що, розробляючи теорію соціальних уявлень, С. Московісі спирався на ідеї Еміля Дюркгейма, який використовував цей термін для опису різноманітних феноменів, що аналізуються на різних рівнях, зокрема на індивідуальному та колективному, а також психологічному і соціальному [10]. Згідно з його теорією, існують два основні типи свідомості у людей: індивідуальна свідомість, яка відображає унікальні риси кожної особистості, та колективна свідомість, спільна для членів будь-якої соціальної групи. Остання проявляється через колективні уявлення, які формуються не з окремих ізольованих індивідів, а з їхньої взаємодії та злиття [3].

Переходячи до розгляду концепції соціальних уявлень, запропонованої С. Московісі та його послідовниками, варто детально розглянути визначення цього поняття. С. Московісі використовує наступне трактування: «Під соціальними уявленнями ми розуміємо сукупність понять, виразів і пояснень,

породжених повсякденним життям. У нашому суспільстві вони виконують ту саму роль, що й міфи та вірування в традиційних суспільствах...» [26, с.20].

Відповідно до моделі, запропонованої С. Московісі, структура соціального уявлення складається з трьох основних елементів: інформації, поля уявлення та установки. Інформація трактується як сукупність знань про об'єкт уявлення, що характеризує рівень обізнаності про цей об'єкт. Важливо, що певний рівень інформованості є необхідною умовою для формування соціального уявлення. Поле уявлення є унікальною складовою цієї концепції, оскільки воно визначає організацію змісту уявлення з якісної точки зору. Це поняття описується як ієрархічна система елементів, які мають власну структуру. Варто зазначити, що зміст поля уявлення відрізняється залежно від особливостей конкретних соціальних груп. У найпростішому вигляді соціальне уявлення виявляється як приблизний начерк явища, ментальне зображення більш вражаючих його рис. Потім поступово в ході цілеспрямованого добору інформації цей початковий ескіз набуває вигляду умовної конструкції, яку С. Московісі назвав «фігуративною схемою» уявлення [26]. Вона містить істотні поняття, риси об'єктивного явища і найпростішу структуру їхніх взаємозв'язків.

Фігуративна схема уявлення складається з центрального ядра та пов'язаних із ним схем. Центральне ядро є найстабільнішою частиною цієї структури, що несе ключовий зміст, довкола якого групуються та організовуються всі інші елементи. Жоден з інших елементів не може існувати окремо від ядра, оскільки повністю залежить від нього. Важливо розрізняти елементи ядра та зв'язки між ними, що забезпечують їхню єдність. Водночас значення ядра не зводиться до простої суми значень його складових елементів, якщо розглядати їх окремо. Кожен елемент ядра має обмежене значення сам по собі. Елементи центрального ядра – це «описові принципи соціального уявлення», і їх об'єднання в єдину структуру створює цілісну (експлікативну) пояснювальну модель, що інтегрує ці принципи.

Центральне ядро відіграє дві ключові ролі:

- роль формування смислу: центральне ядро забезпечує створення або зміну значення інших компонентів уявлення, надаючи їм смисл та емоційну оцінку.

- роль структурування елементів: воно визначає спосіб, яким між собою пов'язані складові уявлення, діючи як об'єднуючий та стабілізуючий елемент у загальній структурі.

Центральне ядро характеризується певними властивостями: це один або кілька ключових елементів, без яких уявлення або втратить свій зміст, або зазнає кардинальних змін. Воно є найбільш стійкою частиною уявлення, що активно протистоїть будь-яким трансформаціям.

Периферичні елементи є залежними від центральних компонентів. Їхня сутність визначається центральним ядром: вони існують лише тому, що їх передбачає наявність основних елементів. Таким чином, периферичні елементи не здатні відображати фундаментальний смисл соціального уявлення самостійно.

Аналіз периферійних схем дозволяє виділити кілька їхніх важливих характеристик:

- гнучкість і стійкість: периферійні елементи забезпечують соціальному уявленню необхідну гнучкість, що водночас сприяє його стабільності;

- відображення приватних аспектів: вони можуть передавати певні специфічні й унікальні риси об'єкта соціального уявлення;

- численність та функція орієнтації: польові дослідження показують, що периферійні елементи переважають за кількістю над центральними, виступаючи своєрідними орієнтирами для швидкого розпізнавання об'єктів;

- механізми інтерпретації досвіду: якщо розглядати соціальні уявлення як узагальнені структури, то периферійні елементи виконують роль інструментів, що допомагають перекладати абстрактні когнітивні моделі на рівень повсякденного досвіду, сприяючи їх практичному застосуванню [20].

Елементи периферійних схем відрізняються нижчим рівнем узагальненості порівняно з елементами центрального ядра. Варто підкреслити

їхню «захисну» функцію, що виконує роль своєрідного буфера між оцінюваною реальністю і центральним ядром. Таким чином, центральне ядро виконує функцію базової схеми, що слугує основою для подальшого формування уявлень про об'єкт. У свою чергу, периферійна схема відображає змістові характеристики об'єкта і є більш динамічною, адаптивною та тісно пов'язаною з конкретною ситуацією в кожному новому контексті.

С. Московісі вважає, що соціальні уявлення виконують три основні функції. По-перше, вони слугують інструментом для пізнання соціального світу, подібно до звичайних категорій, що допомагають індивіду описувати, класифікувати та пояснювати події. Соціальні уявлення спершу описують, потім класифікують, а згодом і пояснюють об'єкти, що вони відображають. З іншого боку, ці уявлення виступають не лише як когнітивний інструмент для обробки інформації, але й як фільтр, що вибірково та частково трансформує зовнішню інформацію. Соціальні уявлення направляють психічний апарат під впливом зовнішніх сил, спонукаючи людей формувати певні звички чи, навпаки, ігнорувати події зовнішнього світу. Таким чином, людина сприймає навколишній світ не таким, як він є насправді, а через фільтр власних бажань, інтересів та уявлень. По-друге, соціальні уявлення регулюють поведінку, виступаючи як засіб орієнтації та взаємодії в групі, визначаючи цінності, які контролюють дії учасників. Соціальні уявлення формуються і закріплюються в рамках конкретних соціальних структур, таких як клани, релігійні організації, соціальні рухи, сім'ї чи клуби, та чинять обов'язковий вплив на поведінку всіх членів цих спільнот. Цей вплив проявляється як у поведінкових реакціях, так і в емоційних відгуках. Наприклад, Р. Харре з'ясував, що прояв певних емоцій та їхні динамічні характеристики зумовлені соціальними уявленнями, притаманними цим культурам. Таким чином, соціальні уявлення виступають як незалежний фактор, який визначає різноманітність людської поведінки. По-третє, соціальні уявлення допомагають інтегрувати нові соціальні, наукові та політичні явища в уже існуючі системи поглядів, думок і оцінок. Також соціальні уявлення сприяють адаптації особи в суспільство. Люди за

допомогою своєї поведінки постійно відображають та переосмислюють свої знання та вміння в інтерпретації соціального контексту і соціальної семантики, що є важливим для їхньої адаптації до різних соціальних спільнот. Отже, соціальні уявлення виступають як фундаментальний засіб соціалізації [10].

Реалізацію цих функцій, згідно з С. Московісі, забезпечує особливий механізм формування соціального уявлення, що складається з трьох етапів: «зачеплення», об'єктифікації та натуралізації. На першому етапі новий, зазвичай незнайомий об'єкт має бути «зачеплений», тобто необхідно привернути до нього увагу та зафіксувати в ньому елементи, які дозволять інтегрувати його в існуючу концептуальну рамку. На другому етапі здійснюється об'єктифікація, під час якої намагаються перетворити абстрактне позначення нового об'єкта на більш конкретний образ. Як зазначає С. Московічі, «об'єктифікувати» означає виявити знайому якість у неясній ідеї або сутності, переведучи поняття в образ. Цей процес часто відбувається через персоналізацію, коли поняття прив'язується до особистості, що є більш-менш знайомою [20].

Об'єктифікація може проявлятися й у формі фігурацій. У цьому випадку зміст поняття, яке для звичайної людини є новим і незнайомим, асоціюється не лише з конкретним іменем, а й із певною формулою, що відображає зв'язок із цим іменем. Наступний етап, натуралізація, полягає в сприйнятті отриманого «знання» як об'єктивної реальності. На цьому етапі виникає потреба узгодити нову інформацію з уже сформованою картою світу, так, щоб це не порушувало її цілісності.

Варто зазначити, що у літературі, що стосується соціальних уявлень, виділяють три основні підходи: 1) підхід В. Дуаза; 2) підхід Д. Жоделе; 3) підхід Ж.-К. Абрика.

Підхід, запропонований В. Дуазом, відомий як динамічний. Він акцентує увагу на впливі соціальної структури на формування уявлень, приділяючи значну увагу процесу анкерування. Спираючись на роботи С. Московісі, В. Дуаз підкреслює, що теорія соціальних уявлень базується на концепціях

системи та метасистеми. Ця теорія розглядається як «загальна теорія, яка пояснює, як метасистема соціального регулювання впливає на когнітивні процеси». Функціонування когнітивної системи ґрунтується на процесах категоризації об'єктів, тоді як метасистема здійснює нормативне регулювання цього процесу. Дослідження соціальних уявлень відповідає на питання про те, «яка соціальна регуляція впливає на яку когнітивну функцію та в якому контексті» [23, с. 25]. Це регулювання відбувається через два соціально-когнітивні процеси: об'єктифікацію та анкерування. Під об'єктифікацією розуміють перетворення абстрактного в конкретне за допомогою комунікації, що призводить до виникнення «фігуративних, метафоричних або символічних значень, які стають спільними, але не консенсусними точками відліку в обговоренні специфічних питань» [23, с. 25]. На цьому етапі соціальне уявлення виступає як словник значень, що виникають внаслідок перетворення абстрактного на конкретне. Завдяки процесу анкерування ці образи і значення стають частиною вже існуючих знань і переконань.

Соціальне позиціонування виникає внаслідок «захоплення» розподіленого знання в різних групах. Ці групи відрізняються не лише доступом до інформації, але й специфічними переконаннями та досвідом. Соціальне позиціонування функціонує як вираження думок та спосіб обробки інформації, що дозволяє узгоджувати особисті погляди із суспільними уявленнями. Воно вимагає наявності спільної бази, спільної мови, що об'єднує людей. Позиція особи взаємопов'язана з загальними принципами мислення, які структуровані в залежності від залученості індивіда у спілкуванні з іншими. Соціальні уявлення в цьому контексті функціонують як «організувальні принципи прийняття позиції», тісно пов'язані зі специфічними соціальними відносинами та організують символічні процеси, що проникають у ці відносини [23, с. 27]. Ці організаційні принципи перевершують індивідуальні відмінності у позиціях. Систематичні розбіжності в позиціях пояснюються тим, що вони пов'язані з різними колективними символічними реальностями та соціально-психологічним досвідом, що індивіди переживають у різній мірі.

Підхід, запропонований Д. Жоделе, розглядає соціальні уявлення як специфічну форму соціального мислення. Його генезис, властивості та функції тісно пов'язані з процесами, які впливають на соціальне життя та комунікацію, а також на механізми формування ідентичності та специфіки соціальних об'єктів (індивідів чи груп). Соціальні уявлення також відображають енергію, що живить стосунки між суб'єктами. Як зазначає Д. Жоделе, ця форма знання, яку можна охарактеризувати як «здоровий глузд» або наївне, природне знання, є відокремленою від наукового знання. Вона формується на основі особистого досвіду, інформації, знань, а також способів мислення, засвоєних через традицію, освіту та соціальну комунікацію [24].

Вивчення уявлень потребує інтеграції афективних, ментальних і соціальних елементів, а також врахування пізнання, мови і комунікації, разом із матеріальною, соціальною та уявною реальністю, що впливають на ці уявлення. Д. Жоделе наголошує, що уявлення завжди вкорінене в попередньому знанні, що було продемонстровано в дослідженнях, присвячених уявленням про божевілля. Динамічна природа уявлення, яка дозволяє йому безперервно змінюватися, ґрунтується на його генезисі та зв'язку з раніше існуючими уявленнями [24].

У підході, розробленому Ж.-К. Абріком, центральним є поняття структури уявлень, що й визначає його як структурний. Соціальне уявлення тут охарактеризоване як «функціональне сприйняття світу», яке дозволяє індивідам або групам надавати значення своїй поведінці, усвідомлювати реальність через власну систему взаємин, адаптуватися до неї та встановлювати своє місце в ній. Іншими словами, це спосіб інтерпретації певних аспектів світу, який перетворюється на судження та дії. Периферична система, в свою чергу, конкретизує значення ядра, виступаючи містком між ним і конкретною ситуацією, в якій формується і функціонує уявлення. Периферична система характеризується варіативністю та мінливістю. Ця властивість дозволяє уявленню адаптуватися до змінюваного контексту. Вона виконує функцію «захисної системи» ядра уявлення, яке визначає саму його суть. Зміна ядра

призводить до трансформації усього уявлення, а цей елемент ґрунтується на індивідуальній пам'яті. Ядро і периферія перебувають у ієрархічних зв'язках, де ядро займає центральне місце. Вивчення лише змісту уявлення є недостатнім для його повного аналізу. Дослідники повинні зосередитися на вивченні ядра, оскільки однакові змісти можуть належати різним уявленням, і лише через аналіз структури можна їх порівнювати [22].

Вітчизняні науковці також досліджували проблему соціальних уявлень. Так, Є. Маценова сформулювала наступне визначення: «соціальне уявлення – це метод, за допомогою якого людина осмислює та інтерпретує явища соціального життя» [3, с.10]. Різноманітність соціального світу як об'єкта людського пізнання має індивідуальні відтінки, що проявляється у складності соціальних категорій і залежить від особистісних та мотиваційних особливостей людини як суб'єкта сприйняття.

За визначенням О. Васильченко, соціальні уявлення являють собою унікальну форму знань, відому як здоровий глузд, зміст та функції яких формуються соціальним контекстом [4]. І. Бондаревська вважає, що соціальні уявлення також представляють специфічний спосіб пізнання соціальної дійсності, що допомагає людям у комунікації та осмисленні світу [2]. І. Жадан під соціальним уявленням вбачає процес, який встановлює зв'язок між реальним і ідеальним, об'єктивними та суб'єктивними елементами перцепції [16]. В. Фомічова наголошує, що соціальні уявлення діють як засіб конструювання реальності не тільки для індивіда, але й для групи в цілому, вони асоціюються зі знаками та символами, відіграють роль у створенні та розумінні культурних кодів; ці уявлення є як продуктом, так і процесом освоєння психологічної та соціальної реальності [20].

Соціальні уявлення включають у себе форми переконань, ідеологічних поглядів, знань (у тім числі наукових); соціальні уявлення формуються через комунікацію і визначають взаємодію та поведінку в рамках групи; вони є динамічним процесом групового конструювання соціального об'єкта та відображаються в індивідуальній свідомості; як психосоціальне явище вони

інтегрують когнітивні та емоційні компоненти; соціальні уявлення перетворюють абстрактні концепції в конкретизовані ідеї, пов'язуючи слова з реальністю та категоризуючи нову інформацію; вони є активним соціально-психологічним відтворенням дійсності; уявлення слугують як теорії або відіграють їхню роль, маючи власну логіку і мову; вони не просто відтворюють, а створюють і інтерпретують реальність [16].

У соціальних уявленнях виявляються стереотипи, переконання, ідеї, цінності, що допомагають індивідам орієнтуватися та займати певні позиції у соціальному середовищі. Вони створюють універсальний комунікаційний код, що дозволяє ідентифікувати та систематизувати різноманітні аспекти нашого світу. Таким чином, ці системи кодів, правил та класифікаційних критеріїв формують і керують поведінкою людей у суспільстві, встановлюючи стандарти та межі в рамках колективної свідомості [5].

Структура соціальних уявлень складається з трьох основних компонентів:

1) когнітивний компонент – це відображення пізнавального процесу особи, включаючи змістовну інформацію, яка вже пройшла етапи обробки і структурування, перетворившись на систематизоване знання;

2) емоційно-оцінний компонент – це своєрідний підтекст уявлення, який залишається поза усвідомленням респондентів, але впливає на їхнє ставлення та сприйняття;

3) організаційний компонент уявлення – це взаємодія та впорядкування знань, яке стосується якісного аспекту змісту [8].

Два основні типи факторів впливають на формування соціальних уявлень. По-перше, це зовнішні фактори, які впливають на те, як людська свідомість переосмислює наукові знання. Одним з ключових етапів є персоніфікація наукових знань, коли теорії стають асоційовані з їхніми авторами, як, наприклад, психоаналіз із З. Фройдом, теорія природного добору із Ч. Дарвіном, чи теорія відносності із А. Ейнштейном. Далі настає етап об'єктивації, під час якого з наукового контексту вибираються окремі елементи, які стають частиною повсякденної свідомості і слугують нормами для

сприйняття соціальної реальності. На третьому етапі формується фігуративна схема. Вона стає ядром уявлень, містить ключові концепції та характеристики об'єктивних явищ і відображає просту структуру їх взаємозв'язків, виконуючи функцію схематичної візуалізації наукових ідей і понять [12].

Дослідження процесів створення соціальних уявлень ведеться за кількома ключовими напрямками: аналіз контексту, в якому складаються уявлення, включаючи взаємодію з соціальними стимулами; дослідження впливу групових норм та цінностей на формування соціальних уявлень; розгляд індивідуальних та соціальних значень та інтерпретацій, які формуються або асимілюються під час процесу конструювання уявлень; аналіз способів, якими уявлення впливають з дискурсивної практики індивіда та їх відношення до його соціального статусу; вивчення змін чи корекцій уявлень у контексті міжгрупових взаємовідносин; дослідження механізмів, за допомогою яких особа репрезентує соціальний світ через засвоєння системи соціальних установок [14].

Таким чином, під соціальними уявленнями розуміється сукупність понять, виразів і пояснень, породжених повсякденним життям. Вони є особливою формою пізнання реальності, виступають чинником, що конструє повсякденне життя індивіда в процесі його активної діяльності, за допомогою якої він створює і відтворює предмети, людей, події у своїй свідомості. Соціальні уявлення формуються через складний процес, що включає анкерування нових ідей у вже наявні поняття, об'єктивацію цих ідей через персоналізацію та фігурацію, а також натуралізацію, коли ідеї сприймаються як об'єктивна реальність. Соціальні уявлення не тільки впливають на те, як індивіди сприймають наукові знання та соціальні явища, але й формують їхню соціальну поведінку та взаємодію в суспільстві. Вони виконують когнітивні, емоційно-оцінні та організаційні функції, сприяючи адаптації до соціальних норм і цінностей та допомагаючи орієнтуватися в соціальному середовищі.

1.2. Феномен професійних стереотипів

Стереотип (грец. stereos – твердий, typos – відбиток) – стійкий і спрощений образ людини або явища, сформований під впливом соціуму або власного досвіду; те, що повторюється, що наслідують і чого дотримуються. Стереотипи відіграють значущу роль у процесі сприйняття та обробки інформації в суспільстві. Кожен день людина зустрічається з об'ємними потоками даних, які стереотипи допомагають упорядковувати та структурувати, забезпечуючи таким чином психологічну оптимізацію нашої поведінки. Ці механізми спрощення соціальної реальності, хоча й корисні, також спонукають до стандартизації мислення, втрати оригінальності та креативності. Люди вже з раннього віку приймають усталені форми соціальної поведінки, етичні норми та естетичні стандарти, часто не усвідомлюючи, як глибоко ці норми закріплюються в їхніх ціннісних орієнтаціях та мотивації. Таким чином, стереотипи впливають на формування соціальних зв'язків, об'єднуючи окремих осіб у колективні ідентичності та масову культуру [15].

Вперше цей термін з'явився у 1878 р. і використовувався для опису методу друку, який передбачав застосування сталого відбитка букв для створення шрифтів. У поліграфії під стереотипом розуміють відтворення з оригінального набору або матриці, яке використовується для виготовлення численних копій або повторних видань [11].

Термін «соціальний стереотип» вперше ввів у вжиток американський соціолог У. Ліппман у 1922 р., коли виникла потреба в аналізі та поясненні механізмів масової свідомості. Згідно з В. Ліппманом, стереотипи є упорядкованими, культурно зумовленими уявленнями про світ, які виконують дві важливі функції: по-перше, вони полегшують сприйняття складних соціальних реалій, а по-друге, забезпечують захист особистих цінностей, позицій і прав [13].

Основу підходу В. Ліппмана складає відмова від традиційного розуміння свідомості як механізму, що регулює наші уявлення про істинність або хибність

аналізованих явищ, подій, дій та знань. На його думку, в основі людського мислення лежать стійкі домінанти, що створюють певні шаблонні уявлення про соціальну реальність, які засвоюються раз і назавжди. Дослідник стверджує, що соціальний стереотип має виключно функціональну роль, яка полягає в оцінці зафіксованого образу з точки зору стійкості набутих під час соціалізації уявлень. В. Ліпман підкреслює, що основою соціального стереотипу є його стабільність, яка виникає внаслідок його значущості для референтної групи суб'єкта соціальної взаємодії (ознака масовості) і невразливості до розумової критики (ознака ірраціональності) [13].

Основна причина стійкості стереотипів, згідно з В. Ліпманом, полягає в необхідності захисту соціальних інтересів. Він зауважує, що «будь-яка спроба поставити під сумнів стереотипи сприймається як загроза основам нашого світогляду. Стереотипи не лише обмежують нашу поведінку, але й формують оцінки дій інших людей, які мають соціальне значення. Коли ви вступаєте в суперечку щодо фабрик, шахт чи політичної влади, ви не просто дискутуєте – ви боретесь; стереотип провокує у вас сильну емоційну реакцію. Розпочавши таку суперечку, ви не можете зупинитися» [25, с. 80]. Таким чином, стереотип виконує роль своєрідного екрана, що захищає від критичного осмислення власних уявлень про те, що є правильним і належним. Він закриває шлях до можливого інтелектуального дисонансу.

Методологічно концепція соціальних стереотипів, запропонована У. Ліпманом, базується на засадах біхевіоризму. Вчений представляє процес формування стереотипу таким чином: його психологічною основою є установка – схильність сприймати певні явища як безумовно істинні. Ця установка формується в процесі соціалізації та накопичення життєвого досвіду. З фізіологічної точки зору стереотип виникає в результаті створення в мозковій корі одного осередку збудження, що супроводжується гальмуванням інших ділянок мозку за принципом негативної індукції. Таким чином, стереотип функціонує як типова реакція на зовнішні стимули [25, с. 129]. В. Ліпман також зазначає, що «з величезного світу, наповненого різноманітними кольорами і

звуками, ми вибираємо лише те, що вже визначено нашою культурою, і прагнемо засвоїти це в стереотипізованій для нас формі, яка відповідає нашим культурним установкам»... [25, с. 81].

Наукові дослідження дозволяють визначити стереотипи, як спрощені когнітивні схеми, яким характерні наступні характеристики: емоційність та оцінювальність; недостатня точність; стійкість у ставленні до нової інформації; однозначність у висновках; поширеність (широке прийняття серед значної кількості людей); аксіоматичність (безумовне прийняття стереотипів як об'єктивної реальності); їхнє вкорінення у повсякденній свідомості людей [18].

Таким чином, феномен «стереотип» представляє собою спрощені концепції про зовнішній світ або окремі соціальні явища, які в людській свідомості формуються у вигляді узагальнених та структурованих моделей. Стереотипи дозволяють індивіду швидше переробляти інформацію та здійснювати аналіз явищ або об'єктів, сприяючи більш ефективній адаптації до умов навколишнього середовища [18].

Конструкція стереотипу формується навколо основного «ядра» та «периферії». Ядро стереотипу зазвичай включає одну чи дві виражені, емоційно насичені характеристики, які мають пряме зв'язання з периферійними аспектами, такими як риси характеру, поведінкові властивості, атрибути явищ чи наслідки подій. О. Шурко виділяє трирівневу структуру стереотипу, де перший рівень – афективний, охоплює емоційне ставлення, таке як симпатія чи антипатія до реального або уявного об'єкту; другий рівень – когнітивний, стосується думок чи суджень про об'єкт; а третій рівень – поведінковий, представляє собою план чи маршрут дій стосовно цього об'єкта [21].

Як концентроване вираження соціальних установок, соціальний стереотип служить важливим інструментом регуляції та інтеграції у соціальних відносинах. Г. Теджфел ідентифікує чотири основні функції стереотипів: вибіркоче сприйняття соціальної інформації; формування та підтримка позитивного образу «Я»; зміцнення і підтримка групової ідеології, яка легітимізує та обґрунтовує поведінку групи; а також створення та підтримка

позитивного образу «ми» [19].

Суть процесу стереотипізації виявляється у призначенні різних атрибутів спостережуваному об'єкту, шляхом його включення до певної відомої категорії на основі його контрастування з іншою. Стереотипи базуються на психологічному феномені генералізації та схематизації власних та чужих досвідів. Процес стереотипізації здійснюється через створення протилежних образів, використання антропоморфних взаємозв'язків та персоніфікацію. Це спричиняє такий аспект стереотипів, як феномен поляризації, або «чорно-біле» мислення. Таке спрощене мислення і сприйняття щоденної реальності дозволяє людям швидше адаптуватися в ситуаціях, які не вимагають глибоких розмірковувань або унікальних рішень [19].

Фактори, які впливають на розвиток стереотипів, можна умовно розділити на три категорії [17]:

1. Макрорівень охоплює глобальні чинники, такі як: глобалізація та умови життя в сучасному світі; динаміка та ритм сучасного життя, включаючи адаптаційні виклики для індивіда та швидкоплинність часу; розвиток науки, технологій, інформаційних і комунікативних систем, таких як алгоритмізація та стандартизація обробки інформації.

2. Соціальний рівень стосується особливостей соціуму, включаючи: вплив безпосереднього соціального оточення, професійного середовища та мікрогруп; культурний контекст, який охоплює рівень культури, моральних та етичних норм у суспільстві, а також етнокультурні особливості міжособистісних взаємин; професійна активність та сфера зайнятості особистості, що включає професійне сприйняття та стереотипи.

3. Індивідуальний рівень зосереджений на психології окремої особистості: психологічні характеристики людини, включно з пізнавальними, емоційними та волевими аспектами, темпераментом, здібностями та іншими індивідуальними особливостями; когнітивний образ світу, що формується через уявлення, очікування та передбачення особистості; життєві стратегії, які визначають інтереси, цінності та загальний світогляд особистості.

Існують різні види стереотипів, зокрема науковці виокремлюють колективні, індивідуальні, антропологічні, соціальні, етнонаціональні стереотипи. Також виділяють: гендерні, вікові, професійні, расові, національні /етнічні, релігійні / конфесійні, регіональні, класові, політичні. Стереотипи також класифікують за принципом – «свій/чужий», тобто за віднесенням до окремої групи суспільства. Виокремлюють автостереотипи (образне уявлення окремої соціальної групи про себе) і гетеростереотипи (образна думка цієї групи про інших) [11]. Охарактеризуємо деякі з них.

Так, колективні стереотипи можна охарактеризувати як такі, що мають високий рівень консенсусу серед членів соціальної групи. В цьому випадку, суб'єктами стереотипізації є соціальні спільноти в цілому. Приналежність певних стереотипів до колективних не передбачає їхню абсолютну однаковість у сприйнятті кожним індивідом або однакове усвідомлення всіма членами групи. Індивідуальні стереотипи, які є особистими уявленнями окремого індивіда, можуть варіюватися від збігу до повної розбіжності з колективними стереотипами. Ці стереотипи, які діють на рівні особистості, також відомі як соціально-психологічні. Зазвичай, колективні стереотипи проявляються через індивідуальні, при цьому набуваючи унікального особистісного відтінку.

Антропостереотипи поділяються на персональні стереотипи, що стосуються індивідуума, та соціальні стереотипи, які відносяться до певної соціальної групи та її членів. Окрім антропостереотипів, існують також предметні стереотипи, які відносяться до предметів у широкому розумінні терміну, де об'єктом стереотипізації може бути як фізичний об'єкт, так і абстрактне поняття. Також виділяють подієві стереотипи, які стосуються конкретних подій [11].

У процесі дослідження міжгрупових взаємодій поряд з авто- та гетеростереотипами дослідники визначили ще одну категорію стереотипів – метастереотипи. Цей термін було запроваджено для опису «переконань особи про те, які стереотипи має інша група стосовно її власної групи». Стереотипи класифікують за критерієм «реальний проти передбачуваного», де мета

стереотипи відносять до передбачуваних, тоді як ауто- та гетеро стереотипи класифікують як прямі [11].

Стереотипи також можуть бути класифіковані залежно від сили емоційного впливу, розділяючись на інтенсивні та помірні. За відношенням компонентів у їхній структурі стереотипи поділяють на такі категорії, як забобони, евристики, норми та традиції [1].

Також виділяють інтенціональні та спонтанні стереотипи. Інтенціональні стереотипи формуються цілеспрямовано, наприклад, під час створення певного іміджу у сферах політичної чи комерційної реклами, або для конструювання образу ворога в контексті між групових напружень або конфліктів. Натомість, спонтанні стереотипи виникають без втручання та впливу будь-яких соціальних інтересів.

Стереотипи також можуть бути класифіковані за ступенем їхньої змінюваності на негнучкі та адаптивні, стійкі та змінні. Інші терміни для опису цих категорій включають поняття глибинних та поверхневих стереотипів.

Стереотипи, пов'язані з професійною діяльністю, являють собою специфічну категорію соціальних стереотипів, які створюють усталені соціальні уявлення та погляди на особистісні риси та характерні моделі поведінки людей, що належать до певних професій [6]. Стереотипи професійної діяльності представляють собою стандартизовані та схематичні уявлення про соціальні аспекти професій.

На теперішній час не існує уніфікованого визначення терміну «професійний стереотип», і багато вчених пропонують власне розуміння цього поняття. Професійний стереотип являє собою систему спрощених і узагальнених уявлень про типовий образ представника певної професійної спільноти, що базується на оцінковому та емоційному компоненті [6]. Професійні стереотипи, які є особливою категорією соціальних стереотипів, формуються в процесі набуття професійного досвіду [11].

У дослідженні професійних соціальних стереотипів-типажів В. Петренко аргументує, що професійний стереотип слугує схематизованим втіленням типу

особистості, який представляє характерного виконавця з певної професії. Професійний стереотип-типаж представляє собою комплексне уявлення про ідеалізованого представника даної професії, яке складається не тільки завдяки поглядам та взаємодії спеціалістів цієї професії, але й згідно з уявленнями про них з боку інших осіб [1]. Отже, професійні соціальні стереотипи служать інструментами для категоризації інших осіб та можуть виступати в якості певних стандартів чи вимірів для самоідентифікації. Професійні стереотипи також сприяють спрощенню виконання професійної діяльності, підвищують її передбачуваність, полегшують комунікацію з колегами і забезпечують стабільність у професійному житті. Вони допомагають формувати досвід, але водночас можуть стати причиною професійних деформацій особистості [18].

Особливість функціонування професійного стереотипу полягає в тому, що при сприйнятті певного суб'єкта чи явища професійної діяльності на основі зовнішніх ознак особистість може автоматично приписувати їм характеристики, які є типовими для загальноприйнятих стереотипів. Це вказує на динамічний характер професійного стереотипу, який може формуватися на підставі обмеженої інформації про об'єкт і виявлятися невірним, відіграючи консервативну роль, яка спотворює уявлення про певний вид професійної діяльності та осіб, що в ній працюють, тим самим деформуючи міжособистісні відносини [6].

Професійні стереотипи можна класифікувати за різними критеріями, такими як сфера діяльності, рівень освіти, стать, вік тощо. Наведемо деякі загальні категорії професійних стереотипів:

1. Стать. Наприклад, у багатьох культурах є стереотипи про те, що певні професії підходять тільки для чоловіків або для жінок. Наприклад, «медсестра» частіше асоціюється з жінками, тоді як «інженер» частіше сприймається як чоловіча професія.

2. Сфера діяльності. Деякі професії мають свої стереотипи, пов'язані з характером роботи або суспільним статусом. Наприклад, є стереотипи про те, що всі програмісти є інтровертами або що всі бізнесмени завжди зайняті.

3. Рівень освіти. Професії також можуть мати свої стереотипи залежно від рівня освіти, потрібного для їх виконання. Наприклад, існує переконання, що вища освіта відразу пов'язана з високим соціальним статусом і високими доходами.

4. Етнічна або культурна приналежність. У деяких випадках, в певних культурах або суспільствах, певні професії можуть бути пов'язані з певними етнічними або культурними групами.

5. Вік. Є також стереотипи про те, які професії «підходять» для молодих людей, а які – для старших.

Формування професійних стереотипів обумовлене різними чинниками, серед яких можна виділити наступні:

1. *Культурний контекст.* Суспільні уявлення про певні професії можуть бути зумовлені культурними нормами, цінностями та історією. Наприклад, у деяких культурах певні професії можуть мати вищий соціальний статус, ніж в інших.

2. *Медіа та культурні репрезентації.* Фільми, телевізійні шоу, література та інші форми масової культури часто малюють стереотипні образи різних професій, що впливає на уявлення глядачів або читачів про ці професії.

3. *Освіта та навчання.* Інформація, яку люди отримують в школі, університеті та інших навчальних закладах, також може формувати їхнє розуміння і уявлення про різні професії.

4. *Сімейні та соціальні впливи.* Виховання в родині та вплив ровесників можуть грати важливу роль у формуванні професійних стереотипів. Наприклад, батьки можуть вплинути на вибір професії дитини або на її уявлення про те, які професії «прийнятні» або «неприйнятні».

5. *Особистий досвід та сприйняття.* Власний досвід людини, а також її взаємодія з представниками різних професій, можуть впливати на формування стереотипів.

6. *Економічні та соціальні умови.* Економічна ситуація, рівень безробіття, стабільність ринку праці – всі ці фактори можуть впливати на сприйняття та

оцінку різних професій.

Ці чинники можуть взаємодіяти між собою, що призводить до формування та утримання професійних стереотипів у суспільстві.

Отже, стереотип представляє стійке і спрощене уявлення про особу чи явище, яке виникає під впливом суспільства або особистого досвіду. Це те, що постійно повторюється, наслідується та дотримується. Стереотипи формуються та функціонують на різних рівнях: макро-, соціальному та індивідуальному, залежно від впливу глобальних процесів, культурного контексту та особистих психологічних особливостей. Вони можуть бути позитивними або негативними, стійкими або змінними, прямими або передбачуваними, і часто формуються через прямі або непрямі соціальні взаємодії. Ці різноманітні типи та рівні класифікацій відображають складність взаємодії між індивідуальними уявленнями та соціальними структурами.

Специфіка професійних стереотипів полягає у тому, що вони формуються на основі усталених уявлень про конкретні професії та людей, які їх представляють. Вони відображають культурні та соціальні норми, цінності та очікування суспільства щодо певних професій. Професійні стереотипи відзначаються вузькою спрямованістю, тобто стосуються конкретних фахівців або сфер діяльності. Вони можуть включати уявлення про компетенції, навички, особистісні якості, зовнішній вигляд або поведінку представників певної професії. Хоча професійні стереотипи можуть бути доволі стійкими, вони здатні змінюватися під впливом нових соціальних умов, змін у професійних стандартах, технологічних інновацій або медійних впливів.

1.3. Соціальні уявлення та стереотипи про професію психолога

Роль та значення професії психолога в нашій країні залишаються предметом дискусій. Хоча психологи активно залучаються до роботи у різноманітних секторах і спостерігається зростання інтересу до їхніх послуг,

справжня потреба в професіоналах цієї галузі не завжди відображається у цих показниках. Низький рівень обізнаності населення з психологією часто перешкоджає ефективній професійній діяльності психологів. Помилкові уявлення про професію породжують глибоко вкорінені стереотипи, які вводять в оману як очікування майбутніх спеціалістів, так і перекидають її сприйняття з боку інших.

Психологічна література рясніє різноманітними професійними моделями психологів, які класифіковані за певними критеріями. Так на теоретичному рівні науковці визначають низку стереотипних уявлень про професію психолога. Серед виокремлених уявлень: психолог як особа, що має глибокі знання про інших людей, здатна «бачити наскрізь»; психолог як надзвичайно обдарована в галузі комунікацій особа, яка має природний талант до розуміння інших; психолог як керівник людських емоцій, поведінки та думок, який навчався цьому і володіє спеціалізованими техніками, такими як гіпноз; психолог як особа, яка має абсолютне розуміння самої себе і може контролювати себе у будь-яких умовах; психолог як мудрець, що знає про життя більше за інших і виконує місію надання життєво важливих порад стражденним; психолог як фахівець, що працює з особами, що мають психічні розлади [9].

На основі аналізу існуючих у масовій свідомості стереотипів щодо психолога, виявлених В. Фомічовою, можна виділити кілька категорій:

1) стереотипи, що стосуються особистості психолога. До цієї категорії належать такі уявлення: психолог вважається надзвичайно розумним із великими знаннями, завжди мудрішим за інших; існує думка, що психолог сам має психічні вади; припускається, що у психолога не може бути особистих проблем; вважається, що психолог має бути толерантним і завжди йти на компроміс у звичайному житті;

2) стереотипи, пов'язані з можливостями психолога. Основні думки цієї категорії охоплюють уявлення, що психолог знає все про людську природу і може інтерпретувати будь-який жест чи вираз обличчя; існує переконання, що

психолога неможливо обдурити, адже він «бачить людей наскрізь»; також поширена думка, що всі психологи володіють навичками гіпнозу.

3) стереотипи, що стосуються здібностей психологів: вони передбачають, що психолог може відповісти на будь-яке запитання і має глибокі знання у всіх сферах; також відомо уявлення, що психологи можуть читати думки; їх часто уявляють як героїв, які народжуються з цими над здібностями, а не навчаються ним; психолог часом асоціюється з магією або навіть з екстрасенсами.

4) стереотипи, пов'язані з професійною діяльністю психолога: найпоширеніші думки включають у себе твердження, що психолог – це те саме, що і психіатр, і що вони займаються виключно психічно хворими людьми; деякі вважають, що психолог – це лікар, який лікує психіку; їх сприймають як осіб, які можуть дати пораду у будь-якій життєвій ситуації; деякі вважають, що психолог може допомогти у будь-який час і що лише один сеанс може вирішити всі проблеми; проте існують і такі, хто вважає психологів шахраями, які лише намагаються виманити гроші [20].

Проблема міфологізації сприйняття психології та професії психолога детально аналізується сучасними вченими, серед яких О. Сергеєнкова та А. Прядко. Так, О. Сергеєнкова визначає кілька основних помилкових уявлень: 1) психологія як наука, що володіє знаннями про людину і її внутрішній світ, де психолог виступає як той, хто «бачить наскрізь»; 2) психологи мають вроджені здібності до комунікації та розуміння інших; 3) психологи здатні управляти поведінкою, емоціями та думками інших завдяки спеціальним навичкам і технікам, наприклад, гіпнозу; 4) психологи ідеально знають себе і можуть контролювати свої реакції в будь-яких ситуаціях; 5) психолог як мудрець, що володіє глибокими знаннями про життя та може вказувати істинний шлях тим, хто заблукав [13].

А. Прядко вказує на наступну стереотипізацію: розповсюдження популярної психологічної літератури, часто низької якості, що сприяє формуванню образу психолога як «мага» та «екстрасенса», а також веде до уявлень про психологів як про людей без особистих проблем та їхню діяльність

як про щось надзвичайно просте та несерйозне.

У 2016 р. дослідниця О. Самкова провела емпіричне дослідження професійних стереотипів психолога, в якому взяли участь студенти I та V курсу Херсонського державного університету, факультету психології, історії та соціології, а також практичні психологи м. Херсона. Загальна кількість респондентів, що взяли участь у дослідженні, складала 190 осіб. Обрана вченою вибірка складалася з 3 груп осіб на різних етапах професійного становлення психологів. Було з'ясовано, що найбільш виразним професійним стереотипом серед респондентів є наступне твердження: «Щоб стати хорошим психологом, потрібно спробувати себе в обраній професії». В свою чергу, найменш виразним стереотипом виявився: «Я вирішив стати психологом, бо так бажали рідні, друзі» [15].

О. Самкова наголошує, що існують окремі стереотипні уявлення про психолога, які в процесі професійного становлення статистично значуще зростають. Це стосується таких тверджень, як «Психолог – людина, яка все знає про іншу людину і про її душу, бачить людей наскрізь», «Психолог – людина, яка має природні, особливі здібності до спілкування з іншими і розуміння інших», «Психолог – людина, яка вміє управляти поведінкою, почуттями, думками інших, маніпулює, може змінити життя людини», «Психолог – людина, яка досконало знає саму себе і вміє володіти собою при будь-яких обставинах», «Психолог – мудрець, знає про життя більше за інших; його місія – допомагати тим, хто страждає, допомагати порадами», «Щоб стати хорошим психологом, потрібно спробувати себе в обраній професії». Також дослідницею було виявлено одне стереотипне уявлення, яке в процесі професійного становлення статистично значуще знижується: «Я хочу оволодіти професією психолога, тому що це хороша робота з високою заробітною платою» [15].

Заслуговує на увагу дослідження стереотипів та уявлень щодо професії психолога М. Кліманської, яка використала метод побудови «семантичного гештальту» для аналізу експериментальних даних. В дослідженні взяли участь

132 особи: 65 студентів філософського факультету спеціальності «психологія» філософського факультету (1, 2, 5 та 6 курсів денної та заочної форми навчання) та 67 студентів інших спеціальностей (1, 2, 5, 6 курсів денної та заочної форми навчання – історики, математики та студенти факультету іноземних мов Львівського національного університету імені Івана Франка). Вік досліджуваних становив від 18 до 24 років. На основі аналізу зібраних даних дослідниця робить висновок, що респонденти значно вище оцінюють психологів порівняно з особами без психологічної освіти за рядом показників. Вони сприймають психолога як винятково позитивну особистість, відзначаючи його постійну впевненість у собі, незалежність та здатність покладатися на власні сили у складних обставинах. Також респонденти приписують психологам товариськість, активність і вважають, що вони здатні розв'язати будь-яку проблему і відповісти на будь-яке запитання. За результатами дослідження М. Кліманською було встановлено, що на думку респондентів, особи без психологічної освіти демонструють значно нижчий рівень самоконтролю, є менш стійкими у своїй поведінці та схильними до впливу зовнішніх факторів та оцінок. Вони мають тенденцію сприймати психологів як осіб, які належать до майже надлюдської категорії без видимих життєвих проблем. Також було з'ясовано, що вік респондентів не впливає на кількість стереотипів, оскільки між молодшими та старшими учасниками опитування спостерігається приблизно однаковий рівень їх повторення [9].

О. Блінова провела дослідження щодо визначення стереотипів про професію психолога серед студентів-психологів 1-2 курсів. Результати показали наступне: 58,4% опитаних вважають свою професію престижною. Щодо функціональних обов'язків психолога, 20% опитаних асоціюють їх із наданням допомоги людям і розв'язанням їхніх проблем, тоді як 41,5% не змогли дати відповідь на це питання. Таким чином, за висновком О. Блінової, знання студентів про професію психолога є неповними та поверховими, оскільки вони можуть бути застосовані до будь-якої професії з типу «людина – людина» [1].

Л. Бондаренко для аналізу професійного сприйняття серед студентів

технічного університету України «Київський політехнічний інститут» застосувала техніку «асоціативний ореол професії», запитуючи студентів різних курсів назвати професії, які максимально нагадують професію психолога. Результати показали, що першокурсники надали найбільше асоціацій (75 смислових одиниць), причому багато з них асоціювали професію психолога з такими заняттями, як провідник чи адміністратор, що вказує на їх недостатню обізнаність і вузькість уявлень про професію. Третьюкурсники запропонували менше асоціацій (22 смислові одиниці), але їхні асоціації були більш різноманітні, включаючи професії актора, культурно-масового діяча, організатора, вихователя, при цьому деякі студенти висловлювали негативне ставлення до професії, порівнюючи психологів з дресирувальниками чи поліціантами. Студенти п'ятого курсу продемонстрували середню кількість асоціацій (31 смислова одиниця), порівнюючи професію психолога з професіями актора, артиста театру, телеведучого, диригента. Л. Бондаренко підкреслює, що навіть серед старшокурсників рівень сформованості професійних уявлень лише середній, якщо порівнювати з успішними практикуючими фахівцями. Їх знання про психологію, хоч і перевищують побутовий рівень, все ж таки не досягають науково-теоретичного оптимуму.

Науковець О. Ткачишина провела дослідження, яке зосереджувалося на тому, як уявлення студентів-першокурсників про теоретичні та практичні аспекти їхньої майбутньої професії змінюються з часом. Гіпотеза дослідження полягала в тому, що в процесі навчання сприйняття психології переходить від повсякденного до наукового рівня. Аналізуючи твори студентів на тему «Психологія для мене – це...», дослідниця зробила висновок, що, хоча студенти демонструють велику зацікавленість у психології, тема практичної діяльності психолога розкривається недостатньо. На початку навчання студенти формують свої уявлення про психологію, які можна поділити на п'ять основних блоків. Перший блок стосується психології як науки, яка досліджує внутрішній світ людини, її особистість, аналізує поведінку і спілкування, виявляє прихований потенціал. Другий блок відображає психологію як інструмент

самопізнання та саморозвитку, що дозволяє краще розуміти власні почуття, ефективно позиціонувати себе в суспільстві, позбавлятися від комплексів, розкривати приховані можливості і реалізовувати таланти. Третій блок описує психологію як засіб для ефективного спілкування, розуміння інших і правильного висловлення власних думок, знаходження спільної мови з будь-якою людиною. Четвертий блок розглядає психологію як допомогу людям, здатність розуміти їхні проблеми та надавати необхідну підтримку, давати поради тим, хто у скруті. П'ятий блок пов'язаний з використанням психології для маніпуляцій, знаходженням підходів до людей у різних ситуаціях для досягнення особистої вигоди [18].

Отже, психологи часто сприймаються через призму стереотипів, які можна поділити на кілька категорій: уявлення про особистість психолога, його можливості, здібності та професійну діяльність. Загалом, психологи асоціюються з глибокими знаннями про людську природу, комунікаційними талантами, здатністю до маніпуляції емоціями та поведінкою інших, а також мудрістю, яка дозволяє їм давати цінні поради. Дослідження, проведені різними вченими, підтверджують наявність міфологізації психології, внаслідок чого психологів часто сприймають як людей без особистих проблем, які здатні розв'язати будь-які питання. Наприклад, у дослідженнях зазначається, що студенти мають обмежене і поверхнєве уявлення про функціональні обов'язки психологів, а також схильні вважати професію престижною, але недостатньо усвідомленою. Зокрема, у дослідженнях виявлено, що в процесі професійного становлення змінюється сприйняття психологів, де деякі стереотипи, як-от «психолог може зрозуміти всіх», стають більш виразними, тоді як інші, наприклад, «психолог заробляє багато», втрачають актуальність. Також підкреслюється, що сприйняття психологів залишається обмеженим навіть серед студентів, які навчаються на факультетах психології.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ МОЛОДІ ПРО ПРОФЕСІЮ ПСИХОЛОГА

2.1. Методика та процедура дослідження

З метою вивчення специфіки соціальних уявлень студентської молоді про професію психолога нами було організовано та проведено у вересні-жовтні 2024 року емпіричне онлайн-дослідження.

Вибірку склали 100 студентів 4-х курсів Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка (75 жінок та 25 чоловіків віком від 21 до 23 років). Усі досліджувані були поділені на дві групи контрольну та основну, по 50 студентів у кожній (у контрольній підгрупі – 30 жінок та 20 чоловіків, у основній групі – 45 жінок та 5 чоловіків). Контрольну групу (КГ) склали студенти, які навчаються на природничо-математичному факультеті (спеціальність «Математика»), а основну групу (ОГ) утворили студенти ННІ психології та соціальної роботи (спеціальність «Психологія») Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка.

У дослідженні використано авторську анкету, побудовану за принципом семантичного диференціалу (див. додаток А). Охарактеризуємо шкали.

Жіноча – Чоловіча

Ця шкала вимірює сприйняття професії як більш жіночої або чоловічої.

Не прибуткова – Прибуткова

Оцінюється, рівень сприймання професії психолога як фінансово вигідної.

Корисна людям – Некорисна людям

Оцінюється важливість і користь професії психолога для суспільства.

Творча – Нетворча

Оцінка професії психолога або як творчої через необхідність знаходити індивідуальний підхід до кожного клієнта, або, як нетворчої, рутинної.

Полегшує особисте життя – Ускладнює особисте життя

Оцінюється, чи вважають молоді люди, що професія психолога сприяє кращому розумінню себе й полегшує життя, або ж, навпаки, робота може емоційно виснажувати і впливати на особисте життя негативно.

Престижна – Непрестижна

Відображає сприйняття професії з точки зору її статусності та визнання.

Перспективна – Безперспективна

Тут йдеться про можливість професійного росту, розширення можливостей і кар'єрних перспектив у цій сфері.

Зрозуміла – Незрозуміла

Професія психолога може бути складною для розуміння людьми, не знайомими з її специфікою. Оцінюється ступінь розуміння цієї професії.

Користується повагою – Не користується повагою

Оцінка рівня поваги до професії психолога в суспільстві.

Підійде кожній людині – Підійде далеко не всім людям

Чи вважають респонденти, що професія психолога може бути обрана кожною людиною, або вона потребує специфічних особистісних рис.

Цікава – Нецікава

Відображає рівень інтересу до роботи психолога. Чи бачать молоді люди цю роботу захопливою і змістовною.

Безпечна – небезпечна

Чи пов'язана професія з ризиками для психічного здоров'я, емоційними проблемами або конфліктами, наприклад, у роботі з кризовими клієнтами.

Складна – Легка

Оцінка рівня складності професії, що може проявлятися у ступені оволодіння необхідними професійними навичками та знаннями, роботі з клієнтами, психологічній стійкості тощо).

Передбачає відсутність психологічних проблем – Не передбачає відсутності психологічних проблем

Чи вважає молодь, що професія психолога вимагає хорошого психологічного здоров'я, чи психологи теж можуть мати внутрішні проблеми.

Потребує виражених інтелектуальних здібностей – Потребує виражених емоційних компетенцій (вмінь)

Оцінюється міра необхідності для професії психолога інтелектуальних зусиль або ж уміння співпереживати.

В інструкції до анкети студентам пропонувалося за 5-тибальною шкалою (де 1 – максимально виражений показник зліва, 5 – максимально виражений показник справа, 3 – середнє вираження) оцінити професію психолога.

За отриманими даними були підраховані середні статистичні значення по кожній шкалі у кожній досліджуваній групі.

2.2. Отримані результати та їхній аналіз

Проаналізуємо отримані результати (див. таблицю 2.2.).

Таблиця 2.2

Середні оцінки уявлень про професію психолога у студентів різних спеціальностей

Шкали	Середньостатистичні дані для ОГ	Середньостатистичні дані для КГ	Шкали
Жіноча	1,5	4,5	Чоловіча
Неприбуткова	1,4	3,7	Прибуткова
Корисна людям	2,0	3,5	Некорисна людям
Творча	1,9	3,2	Нетворча
Полегшує особисте життя	1,0	3,8	Ускладнює особисте життя
Престижна	2,0	4,6	Непрестижна
Перспективна	1,9	4,8	Безперспективна
Зрозуміла	1,4	4,5	Незрозуміла
Користується повагою	1,7	3,9	Не користується повагою
Підійде кожній людині	1,2	4,6	Підійде далеко не всім людям
Цікава	1,5	4,5	Нецікава
Безпечна	1,6	4,3	Небезпечна
Складна	1,7	4,9	Легка
Передбачає відсутність психологічних проблем	4,3	1,4	Не передбачає відсутності психологічних проблем
Потребує виражених інтелектуальних здібностей	1,9	4,8	Потребує виражених емоційних компетенцій (вмінь)

Студенти, що навчаються на спеціальності «Психологія» (основна група), уявляють професію психолога такою, що цілком полегшує особисте життя, підійде кожній людині, є цілком зрозумілою. Також майбутні психологи вважають цю професію досить жіночою, загалом корисною людям, творчою, престижною, досить цікавою, безпечною, проте складною, не достатньо прибутковою й такою, що потребує досить виражених інтелектуальних здібностей. На їхню думку, вона загалом користується повагою серед людей, але все ж не передбачає відсутності певних психологічних проблем.

На нашу думку, результати показують те, що майбутні психологи наголошують на таких позитивних рисах професії, як її корисність для людей, творчість, престижність та перспективність. Оскільки багато хто звертається до психолога за допомогою в моменти стресу, депресії чи інших психологічних труднощів, це, напевно, формує уявлення про психологів як про осіб, які завжди готові вислухати й допомогти. Отже, уявлення про те, що професія психолога корисна для людей є об'єктивним, реалістичним. Також не завжди у психолога є можливість отримати значний прибуток, що відображає досить реалістичні уявлення опитаних про неприбутковість цієї професії.

Студенти описують професію як складну, однак досить цікаву та безпечну. Це вказує на те, що вони розуміють, що професія має певні вимоги. Наприклад, вказівка на те, що психологи повинні мати виражені інтелектуальні здібності, це відображення реальних вимог до професії, адже психологи мають оперувати теоріями, методами та часто працювати з глибокими психологічними проблемами.

Однак деякі уявлення, як от про те, що професія психолога підійде кожній людині, можуть свідчити про певну нереалістичність оцінки, адже психологія вимагає високих емоційних і інтелектуальних ресурсів.

Уявлення про професію психолога як про таку, що полегшує особисте життя, престижна та безпечна є стереотипними. Стереотип про психолога як про того, хто, працюючи з іншими людьми, автоматично вирішує свої особисті проблеми й має вдале особисте життя виникає через ідеалізацію професії

психолога. Однак це не завжди так. Психологи, як і інші люди, не застраховані від труднощів у своєму особистому житті. Більше того, професія психолога, навпаки, може бути емоційно виснажливою, оскільки постійний контакт з важкими та інколи травматичними історіями клієнтів може призвести до професійного вигорання або особистих емоційних проблем.

Стереотип про те, що професія психолога вважається престижною в деяких колах, в суспільстві не завжди відповідає реальності. У деяких країнах або соціальних групах психологи можуть бути сприйняті як не досить важливі або не досить серйозні спеціалісти порівняно з лікарями, юристами чи іншими професіями.

Щодо стереотипного уявлення про безпечність професії психолога, то психологи, особливо в контексті кризових служб, можуть бути піддані емоційним і психологічним ризикам, пов'язаним із важкими історіями клієнтів. Тому стереотип, що психологи працюють у безпечному середовищі, не зовсім відповідає дійсності.

Такі стереотипні уявлення студентів-психологів можна пояснити тим, що студенти лише починають своє навчання в галузі психології і ще не мають повного уявлення про реалії професії. Вони формують свої уявлення через позитивні образи з медіа, через враження від успішних практиків, які здобули популярність або визнання в суспільстві, або через власні ідеалізовані уявлення про допомогу людям. Крім того, в сучасному контексті психологія дійсно набуває популярності, особливо в умовах зростаючого попиту на психологічну допомогу, що також сприяє ідеалізації цієї професії.

Таким чином, уявлення студентів-«психологів» про професію психолога є частково ідеалізованими та стереотипними, оскільки вони підкреслюють переважно позитивні аспекти без достатнього акценту на складнощах і реаліях роботи психолога. Характеристики про те, що професія психолога цілком полегшує особисте життя, є досить престижною та безпечною є ідеалізованими стереотипами, а уявлення про те, що професія психолога складна, потребує виражених інтелектуальних здібностей є досить об'єктивними та

реалістичними.

Студенти, які навчаються на спеціальності «Математика» (контрольна група), уявляють професію психолога цілком чоловічою, престижною, абсолютно безперспективною, незрозумілою та нецікавою, цілком легкою; такою, що підійде не кожній людині, потребує яскраво виражених емоційних компетенцій і передбачає цілковиту відсутність психологічних проблем. Вона оцінюється як досить прибуткова, що є стереотипом, не корисна людям, досить небезпечна; така що досить ускладнює особисте життя та більшою мірою не користується повагою інших. Крім того, ця професія «математикам» уявляється посередньо творчою.

Отже, можемо констатувати, що уявлення студентів природничо-математичного факультету про професію психолога мають негативний характер, порівняно з уявленнями студентів-психологів. Уявлення про професію психолога як про неприбуткову, некорисну та нетворчу у студентів-математиків, на наш погляд, пояснюються тим, що в порівнянні з традиційно високоприбутковими професіями, такими як лікарі чи юристи, професія психолога може здаватися менш «фінансово вигідною», особливо для тих, хто не знайомий з усіма аспектами цієї роботи. Уявлення про некорисність професії психолога може обумовлюватися наявністю в суспільстві популярних міфів про психологів як про людей, які просто розмовляють. Відповідно, може скластися враження, що робота психолога не має безпосереднього впливу на зміни в житті клієнтів або на вирішення важливих соціальних проблем.

Психологія, зокрема в клінічному чи терапевтичному контексті, може здаватися нетворчою, оскільки може асоціюватися з рутинними процесами, такими як тестування, проведення сесій за певними протоколами, або використання стандартних технік.

Уявлення студентів природничо-математичного факультету про те, що психологом не може бути будь-яка людина є досить об'єктивною оцінкою. Студенти природничо-математичного факультету можуть думати, що психологом не може бути будь-яка людина, оскільки вони, можливо, звикли до

структурованих, «точних» наук, де важливі логіка і доказовість. Психологія, з їїньої точки зору, потребує специфічних м'яких якостей, таких як емоційна чутливість, інтуїція та здатність працювати з людьми на глибокому емоційному рівні, що не завжди є властивим для кожної людини. Оскільки ці якості важко розвинути через навчання, студенти природничих спеціальностей можуть вважати, що не кожен має потенціал стати хорошим психологом.

Визначення професії як непрестижної, безперспективної і незрозумілої та такої, що не користується повагою, свідчить про негативні уявлення, що існують стосовно цього фаху.

У групі студентів природничо-математичного факультету існують уявлення про професію психолога, як чоловічу, цілком легку, таку, що передбачає цілковиту відсутність психологічних проблем у психолога. Уявлення про легкість професії і те, що вона передбачає відсутність психологічних проблем, є абсолютно хибним. Таке уявлення про легкість професії психолога виникає через спрощене сприйняття роботи психолога як діяльності, яка полягає лише в розмовах і не вимагає великого емоційного чи інтелектуального зусилля. Студенти даної групи не усвідомлюють, що психологи часто працюють з важкими, інколи травматичними історіями, що вимагає глибокої емоційної стійкості, високого рівня професіоналізму та здатності до саморефлексії. Це призводить до недооцінки серйозності та складності роботи психолога, особливо при лікуванні психічних розладів чи в кризових ситуаціях.

Ці уявлення можуть бути результатом кількох чинників:

1. Обмежене розуміння професії: студенти, які навчаються на природничо-математичному факультеті, ймовірно, мають менше контакту з психологією як наукою або практикою. Для них психологія може здаватися менш «точною» чи науково обґрунтованою дисципліною, порівняно з природничими науками (досить об'єктивними, «точними»).

2. Міфологізація та медіа-образи: можливо, ці студенти сприймають психологів через міфи або медіа-образи, які часто зображають психологів як не

надто серйозних або не дуже важливих осіб, або ж їхню діяльність як пов'язану з допомогою людям лише в емоційному плані. Такий образ може відбивати поверхнєве розуміння професії, яке не включає глибоких аспектів роботи психолога. Можна ще згадати анекдоти про психологів («хочете про це поговорити»...).

3. На уявлення про професію психолога також може накладати відбиток спеціальність – математики можуть вище оцінювати природничі науки і несерйозно – гуманітарні. І хоча психологія об'єктивно є не зовсім гуманітарною наукою, майбутні математики можуть стереотипно сприймати її як гуманітарну.

Отже, загалом уявлення про професію психолога у студентів спеціальності «Математика» по суті є «негативним ефектом ореолу», адже студенти зазначеної спеціальності мають упереджену оцінку професії психолога. Натомість студенти-психологи мають позитивну оцінку своєї професії, оскільки вони усвідомлюють її значущість і вплив на життя людей. Для них психологія – це не лише робота, а й покликання, яке дозволяє допомагати людям справлятися з емоційними труднощами, переживати кризові ситуації та поліпшувати психічне здоров'я. Вони бачать в професії можливість змінювати життя на краще, підтримувати людей у складних життєвих обставинах і сприяти їхньому особистісному розвитку. Крім того, майбутні психологи часто оцінюють професію як інтелектуально захоплюючу, що дає можливість постійно навчатися та розвивати навички в різних напрямках – від терапії до дослідження поведінки людей.

Порівняння уявлень двох груп опитаних студентів за окремими шкалами показало повну відсутність схожих оцінок. Уявлення студентів, які навчаються на спеціальності «Математика», та студентів – майбутніх психологів є діаметрально протилежними. Отже, можна зробити висновок, що профіль навчання суттєво позначається на уявленнях про дану професію.

2.3. Практичне впровадження результатів дослідження

Отримані результати можна впроваджувати в навчальній роботі, зокрема при викладанні навчальних дисциплін «Соціальна психологія», «Психологія праці» для студентів спеціальності «Психологія». Приклад лекції наведений нижче.

Тема: Особливості соціальних уявлень про професію психологів.

Мета: ознайомити студентів-психологів з феноменами соціальних уявлень і стереотипів та результатами авторського емпіричного дослідження соціальних уявлень студентської молоді про професію психолога.

Хід лекції:

I. Вступна частина

Вступне слово. Соціальні уявлення в сучасному суспільстві відіграють ключову роль у формуванні нашого сприйняття навколишнього світу. Вони є основою, на якій ґрунтується розуміння того, що відбувається в суспільстві, і часто визначають, як люди оцінюють події та явища. Особливо важливим є їхнє вивчення в періоди значних соціальних змін, таких як реформи в державних сферах, оскільки саме в такі моменти соціальні уявлення можуть зазнавати серйозних трансформацій. Вони є одними з найбільш складних і багатограних складових психічного життя людини, оскільки взаємодіють з іншими психічними процесами – такими як пам'ять, переконання, вірування та ідеологічні системи. Соціальні уявлення пронизують усі рівні свідомості, формуючи не лише інтелектуальне, але й емоційне та соціальне сприйняття, що робить їх надзвичайно важливими для досліджень у галузі соціальної психології.

Аналіз соціальних уявлень дозволяє зрозуміти, як функціонує колективна свідомість. Завдяки таким уявленням люди не лише осмислюють і тлумачать явища навколишнього світу, а й надають їм сенс, що допомагає зорієнтуватися в повсякденному житті та визначати власну поведінку. Розуміння соціальних

уявлень є важливим інструментом для дослідження того, як індивіди та групи формулюють свої уявлення про реальність, а також для розуміння механізмів соціальних змін і їхнього впливу на психологічні процеси.

II. Основна частина

План лекції

- 1. Соціальні уявлення та стереотипи як психологічний феномен.**
- 2. Специфіка соціальних уявлень про професію психолога серед вітчизняних студентів.**

Рекомендована література:

1. Блинова О. Є. Роль соціальних стереотипів у становленні світоглядних орієнтацій особистості. *Психологія і особистість*. 2015. № 2. С 58–70.
2. Гриценко Л. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження. URL : <https://lib.iitta.gov.ua/732110/1/.pdf> (дата звернення: 15.04.2024).
3. Доценко Л. В. Когнітивні уявлення та їх стереотипи як психологічні особливості професійного самовизначення особистості. *Психологія свідомості: теорія і практика наукових досліджень*. Київ, 2020. С. 42–47.
4. Прядко А., Сергєєнкова О. Історіогенез поняття «стереотип» як предмету психологічного дослідження професійних стереотипів вихователів. *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2021. Вип. 10. С. 147–152.
5. Романенко О. В. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження в теоретичних схемах західної соціальної психології. *Право і безпека*. 2005. № 4. С. 193–197.
6. Самкова О. М. Дослідження професійних стереотипів психолога. *Проблеми сучасної психології*. 2016. Вип. 31. С. 407–417.

Зміст лекції

1. Соціальні уявлення та стереотипи як психологічний феномен

Концепція соціальних уявлень є однією з ключових сучасних теоретичних моделей когнітивної психології, особливо в Західній Європі. Її

розробка тісно пов'язана з ім'ям французького психолога С. Московісі, а також із представниками «французької дослідницької школи», серед яких Жан-Клод Абрик, Віллі Дуаз, Деніз Жоделе та інші.

С. Московісі запропонував модель, згідно з якою соціальне уявлення складається з трьох головних елементів: **інформації, поля уявлення та установки.**

- **Інформація** визначається як сукупність знань про об'єкт, що відображає ступінь обізнаності про нього. Наявність певного рівня інформованості є обов'язковою передумовою для формування соціального уявлення.
- **Поле уявлення** є унікальним елементом концепції, адже воно характеризує якісну організацію змісту уявлення. Це поняття описується як ієрархічна система складових, кожна з яких має власну структуру. Зміст поля уявлення може варіюватися залежно від специфіки соціальних груп.
- **Установки** формують основу ставлення до об'єкта, впливаючи на його сприйняття та інтерпретацію.

На початковому етапі соціальне уявлення постає у вигляді загального ескізу, що передає найбільш виразні риси явища. Згодом, у процесі цілеспрямованого збирання інформації, цей ескіз трансформується в більш структуровану модель, яку С. Московісі назвав «**фігуративною схемою**». Ця схема об'єднує основні поняття, характеристики явища та їхні найпростіші взаємозв'язки, слугуючи основою для розуміння об'єкта. Фігуративна схема уявлення складається з двох основних компонентів: **центрального ядра** та пов'язаних із ним схем. Центральне ядро є найбільш стійкою частиною структури, яка формує фундаментальний зміст уявлення. Саме навколо ядра групуються й організовуються всі інші елементи, створюючи цілісну систему.

Центральне ядро виконує роль концептуальної основи, від якої залежить існування та функціонування інших компонентів. Жоден із цих компонентів не може бути автономним, оскільки його значення повністю визначається взаємодією з ядром. Важливим аспектом є розрізнення між елементами ядра та

зв'язками між ними. Ці зв'язки забезпечують єдність системи та визначають її структурну цілісність. Слід зазначити, що значення центрального ядра не є простою сумою значень окремих його елементів. Кожен елемент ядра має обмежене значення, якщо розглядати його окремо, однак у взаємодії вони формують гармонійне ціле. Елементи центрального ядра часто називають «описовими принципами соціального уявлення». Їх об'єднання створює єдину пояснювальну модель (експлікативну), яка інтегрує ці принципи в цілісну систему розуміння.

Центральне ядро виконує дві основні функції, що визначають його значущість у структурі соціального уявлення:

1. **Формування смислу.** Центральне ядро задає значення та емоційне забарвлення іншим компонентам уявлення. Воно створює або змінює смисл периферичних елементів, забезпечуючи їхню змістовну єдність.
2. **Структурування елементів.** Ядро визначає спосіб організації всіх складових уявлення, об'єднуючи їх у цілісну систему. Завдяки цій функції воно діє як стабілізуючий фактор, забезпечуючи стійкість структури навіть за умов зовнішніх змін.

Центральне ядро має кілька важливих характеристик:

- Воно складається з одного чи декількох ключових елементів, без яких соціальне уявлення втрачає зміст або змінюється кардинально.
- Це найбільш стійка частина структури, що протидіє зовнішнім впливам та змінам.
- Центральне ядро визначає існування й характер периферичних елементів.

Периферичні елементи, у свою чергу, є похідними від ядра. Їхня природа та зміст залежать від основних компонентів: вони існують лише завдяки тому, що їх передбачає структура центрального ядра. Водночас ці елементи не здатні самотійно виражати сутність соціального уявлення. Їхня роль полягає в адаптації уявлення до конкретних ситуацій або контекстів, залишаючи незмінним його фундаментальний смисл, визначений ядром.

Аналіз периферійних схем дозволяє виділити кілька їхніх важливих

характеристик:

- гнучкість і стійкість: периферійні елементи забезпечують соціальному уявленню необхідну гнучкість, що водночас сприяє його стабільності;
- відображення приватних аспектів: вони можуть передавати певні специфічні й унікальні риси об'єкта соціального уявлення;
- численність та функція орієнтації: польові дослідження показують, що периферійні елементи переважають за кількістю над центральними, виступаючи своєрідними орієнтирами для швидкого розпізнавання об'єктів;
- механізми інтерпретації досвіду: якщо розглядати соціальні уявлення як узагальнені структури, то периферійні елементи виконують роль інструментів, що допомагають перекладати абстрактні когнітивні моделі на рівень повсякденного досвіду, сприяючи їх практичному застосуванню.

Периферійні схеми відіграють важливу роль у структурі соціального уявлення, виконуючи функції, які доповнюють та захищають центральне ядро. Їхні елементи мають нижчий рівень узагальненості порівняно з компонентами центрального ядра, що робить їх більш гнучкими та адаптивними.

Основною характеристикою периферійних елементів є їхня **«захисна» функція**, яка діє як буфер між оцінюваною реальністю та центральним ядром. Ця функція допомагає зберігати стабільність і незмінність базових принципів ядра, навіть у змінних або стресових умовах.

Центральне ядро виступає як **базова схема**, на основі якої формуються всі подальші уявлення про об'єкт. Воно задає фундаментальні орієнтири, забезпечуючи цілісність і послідовність соціального уявлення.

У той час як центральне ядро залишається стабільним, **периферійна схема** є більш динамічною та адаптивною. Вона відображає змістові характеристики об'єкта і забезпечує адаптацію уявлення до конкретних ситуацій чи контекстів. Завдяки цьому периферійні елементи дозволяють соціальному уявленню залишатися релевантним у різних умовах, зберігаючи водночас його зв'язок із центральним ядром.

Таким чином, периферійні схеми не лише доповнюють центральне ядро,

але й забезпечують інтеграцію соціального уявлення з навколишнім середовищем, зберігаючи його внутрішню цілісність.

Структура соціальних уявлень складається з трьох основних компонентів:

1) когнітивний компонент – це відображення пізнавального процесу особи, включаючи змістовну інформацію, яка вже пройшла етапи обробки і структурування, перетворившись на систематизоване знання;

2) емоційно-оцінний компонент – це своєрідний підтекст уявлення, який залишається поза усвідомленням респондентів, але впливає на їхнє ставлення та сприйняття;

3) Організаційний компонент уявлення – це взаємодія та впорядкування знань, яке стосується якісного аспекту змісту.

Питання: В чому полягає сутність концепції соціальних уявлень С. Московісі?

Стереотип (від грец. *stereos* – «твердий» і *typos* – «відбиток») – це стійке й узагальнене уявлення про людину чи явище, сформоване під впливом соціального середовища або особистого досвіду. Стереотипи відображають те, що часто повторюється, наслідується або підтримується в суспільстві. Вони відіграють важливу роль у сприйнятті та обробці інформації, адже допомагають упорядковувати величезні потоки даних, з якими людина стикається щодня. Завдяки стереотипам процес осмислення соціальної реальності стає більш структурованим, а поведінка – психологічно оптимізованою. Однак, незважаючи на свою корисність, стереотипи сприяють стандартизації мислення, що може призводити до зниження оригінальності й креативності. З раннього віку люди засвоюють усталені соціальні моделі поведінки, етичні норми та естетичні стандарти, часто не усвідомлюючи, наскільки вони впливають на їхні цінності й мотивацію.

Стереотипи також суттєво впливають на формування соціальних зв'язків. Вони сприяють об'єднанню індивідів у колективні ідентичності та формуванню масової культури, яка відображає спільні цінності й уявлення. Таким чином, стереотипи є водночас інструментом соціальної інтеграції та

фактором, що може обмежувати індивідуальну свободу та унікальність мислення.

Фактори, які впливають на розвиток стереотипів, можна умовно розділити на три категорії:

1. Макрорівень охоплює глобальні чинники, такі як: глобалізація та умови життя в сучасному світі; динаміка та ритм сучасного життя, включаючи адаптаційні виклики для індивіда та швидкоплинність часу; розвиток науки, технологій, інформаційних і комунікативних систем, таких як алгоритмізація та стандартизація обробки інформації.

2. Соціальний рівень стосується особливостей соціуму, включаючи: вплив безпосереднього соціального оточення, професійного середовища та мікрогруп; культурний контекст, який охоплює рівень культури, моральних та етичних норм у суспільстві, а також етнокультурні особливості міжособистісних взаємин; професійна активність та сфера зайнятості особистості, що включає професійне сприйняття та стереотипи.

3. Індивідуальний рівень зосереджений на психології окремої особистості: психологічні характеристики людини, включно з пізнавальними, емоційними та вольовими аспектами, темпераментом, здібностями та іншими індивідуальними особливостями; когнітивний образ світу, що формується через уявлення, очікування та передбачення особистості; життєві стратегії, які визначають інтереси, цінності та загальний світогляд особистості.

Питання: У чому проявляється здатність стереотипів «економити мислення» людини?

Таким чином, соціальні уявлення – це невід’ємна складова побутового пізнання навколишньої реальності, яка включає в себе ідеї, думки, образи й знання, що виникають у повсякденному житті і в процесі міжособистісної комунікації та поділяються більшістю членів соціальної групи (суспільства).

Професійні стереотипи являють собою специфічну категорію соціальних стереотипів, які створюють усталені соціальні уявлення та погляди на особистісні риси та характерні моделі поведінки людей, що належать до певних

професій. Стереотипи професійної діяльності представляють собою стандартизовані та схематичні уявлення про соціальні аспекти професій.

2. Специфіка соціальних уявлень про професію психолога серед вітчизняних студентів

Питання: Які ви знаєте стереотипи про професію психолога, що існують у нашій культурі?

Нами було проведено дослідження соціальних уявлень про професію психолога серед студентів різних спеціальностей. Загальна кількість студентів була поділена на дві групи контрольну та основну. Контрольну групу (КГ) склали студенти, які навчаються на природничо-математичному факультеті (спеціальність «Математика»), а основну групу (ОГ) склали студенти ННІ психології та соціальної роботи (спеціальність «Психологія») Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка.

Студенти, що навчаються на спеціальності «Психологія» (основна група), уявляють професію психолога такою, що цілком полегшує особисте життя, підійде кожній людині, є цілком зрозумілою. Також майбутні психологи вважають цю професію досить жіночою, загалом корисною людям, творчою, престижною, досить цікавою, безпечною, проте складною й такою, що потребує досить виражених інтелектуальних здібностей. На їхню думку, вона загалом користується повагою серед людей, але все ж не передбачає відсутності певних психологічних проблем і є досить неприбутковою.

Таким чином, уявлення студентів-«психологів» про професію психолога є частково ідеалізованими та стереотипними, оскільки вони підкреслюють переважно позитивні аспекти без достатнього акценту на складнощах і реаліях роботи психолога. Характеристики про те, що професія психолога цілком полегшує особисте життя, є досить престижною та безпечною, є ідеалізованими стереотипами, а уявлення про те, що професія психолога складна, потребує виражених інтелектуальних здібностей є досить об'єктивними та реалістичними.

Студенти, які навчаються на спеціальності «Математика» (контрольна

група), уявляють професію психолога цілком чоловічою, престижною, абсолютно безперспективною, незрозумілою та нецікавою, цілком легкою; такою, що підійде не кожній людині, потребує яскраво виражених емоційних компетенцій і передбачає цілковиту відсутність психологічних проблем. Вона оцінюється як не корисна людям, досить небезпечна; така що досить ускладнює особисте життя, більшою мірою не користується повагою інших, але є досить прибутковою. Крім того, ця професія «математикам» уявляється посередньо творчою. Отже, можемо констатувати, що уявлення студентів природничо-математичного факультету про професію психолога мають значно більш негативний характер, порівняно з уявленнями студентів-психологів. Уявлення цієї групи про професію психолога як про цілком чоловічу й легку та таку, що передбачає цілковиту відсутність психологічних проблем, є стереотипними.

III. Висновки

Соціальні уявлення є важливим елементом, що формує сприйняття людиною світу. Вони впливають на те, як вона інтерпретує явища навколишньої дійсності та орієнтуємось у соціальному середовищі. Їхнє вивчення набуває особливої актуальності в періоди глибоких змін у суспільстві. Соціальні уявлення є складними й багатограними психічними процесами, оскільки вони тісно взаємодіють із такими аспектами особистості, як пам'ять, переконання, вірування і системи ідеологій. Вони охоплюють всі рівні свідомості та безпосередньо впливають на психологічні та соціальні аспекти життя людини, що робить їх важливим об'єктом дослідження в соціальній психології.

Вивчення соціальних уявлень та стереотипів дає можливість зрозуміти, як формується масова свідомість. Завдяки таким уявленням люди інтерпретують та надають сенс подіям навколишнього світу, що допомагає їм зорієнтуватися у власній поведінці та приймати рішення. Це дозволяє не лише розуміти індивідуальні та групові реакції на соціальні зміни, а й аналізувати, як ці уявлення впливають на формування колективних норм і цінностей у суспільстві.

Питання на закріплення матеріалу та самоперевірку:

1. Що таке соціальні уявлення, і які їхні основні функції?
2. У чому полягає відмінність між соціальними уявленнями та індивідуальними уявленнями?
3. Які компоненти входять до структури соціального уявлення?
4. Що таке стереотип і як він формується?
5. Які переваги та недоліки стереотипів для суспільства та окремої людини?
6. Чому стереотипи часто спричиняють стандартизацію мислення?
7. Як стереотипи про професії можуть впливати на вибір професійної орієнтації молоді?
8. Чи можуть соціальні уявлення бути повністю об'єктивними? Чому?
9. Чи завжди соціальні уявлення є корисними для суспільства? Наведіть приклади.
10. Як змінюються стереотипи в умовах глобалізації?

Ці питання спрямовані на поглиблення розуміння матеріалу, стимулювання рефлексії та розвиток практичних навичок застосування знань.

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Соціальні уявлення – це система ідей, думок, образів, цінностей та знань, що формуються в процесі міжособистісної та міжгрупової комунікації, які спрощують осмислення соціальної реальності та стають частиною культури й суспільної свідомості. До структури соціальних уявлень входить: 1) інформація; 2) поле уявлення; 3) установка. Основними функціями соціальних уявлень є: пізнавальна, орієнтаційна, комунікативна, інтегративна, ідентифікаційна. Механізми формування соціальних уявлень за С. Московісі: «зачеплення», об'єктифікація та натуралізація.

2. Стереотип – це усталене, спрощене та часто спотворене уявлення або образ про певну групу людей, явище чи предмет, що базується на обмеженій або викривленій інформації. Стереотипи є результатом соціальних процесів і зберігаються в свідомості завдяки повторенню і безперервному впливу соціальних норм і медіа. Професійні стереотипи – це спрощені та часто узагальнені уявлення або уявлення про професії, їх представників та особливості діяльності, які формуються в суспільстві на основі культурних, соціальних або історичних факторів. Професійні стереотипи часто включають сприйняття певних професій як більш престижних або важливих, а також визначають типові риси, які приписуються людям цієї професії. Специфікою професійних стереотипів є: узагальненість і спрощеність (професійні стереотипи часто зводять складні професійні ролі до простих образів або рис, що не завжди відповідають реальності); відображення суспільних норм і очікувань (вони формуються в контексті культурних і соціальних уявлень про «правильні» або «бажані» професії і ролі в суспільстві); вплив медіа і масової культури (медіа часто формують та укріплюють стереотипи, створюючи спрощені образи професій, які часто не відповідають реальним умовам праці); стереотипізація зовнішніх ознак (професійні стереотипи часто зосереджуються

на зовнішньому вигляді, манері поведінки чи інших характеристиках, що сприймаються як типові для певної професії). Серед чинників формування професійних стереотипів можна виділити: культурні фактори, освітній процес, масова культура та медіа, соціальні та економічні умови, особистий досвід і спостереження, засоби масової інформації і реклами.

3. Вітчизняні дослідження засвідчили, що професія психолога часто сприймається через призму стереотипів, які можна поділити на кілька основних категорій: уявлення про їхню особистість, здібності, можливості та професійну діяльність. Загалом, вони уявляються носіями глибоких знань про людську природу, особистостями з високим рівнем комунікаційних навичок, вмінням маніпулювати емоціями та поведінкою інших, а також мудрими, здатними давати корисні поради. Різні дослідження підтверджують наявність міфологізації психології, в результаті чого психологів часто сприймають як людей без особистих проблем, здатних вирішити будь-які труднощі.

3. Результати проведеного емпіричного дослідження продемонстрували існування діаметрально протилежних соціальних уявлень про професію психолога у студентів спеціальностей «Психологія» та «Математика». Це вказує на суттєву зумовленість означених уявлень профілем навчання. Студенти-«психологи» уявляють професію психолога такою, що цілком полегшує особисте життя, підійде кожній людині, є цілком зрозумілою. Вони оцінюють дану професію як досить жіночу, загалом корисну людям, творчу, престижну, досить цікаву й безпечну, проте складну й таку, що потребує досить виражених інтелектуальних здібностей. Ця професія, на думку майбутніх психологів, загалом користується повагою серед людей, але все ж не передбачає відсутності певних психологічних проблем і є досить неприбутковою. Отже, уявлення студентів-«психологів» про професію психолога є загалом позитивними, частково ідеалізованими та стереотипними (зокрема щодо того, що професія психолога цілком полегшує особисте життя, є досить престижною та безпечною). Однак в окремих аспектах «психологи» дають досить об'єктивну та реалістичну оцінку майбутній професії (наприклад,

відносно того, що дана професія складна, потребує виражених інтелектуальних здібностей).

Студенти-«математики» уявляють професію психолога цілком чоловічою, престижною, абсолютно безперспективною, незрозумілою та нецікавою, цілком легкою. Бачать її такою, що підійде не кожній людині, потребує яскраво виражених емоційних компетенцій і передбачає цілковиту відсутність психологічних проблем. Професія оцінюється як некорисна людям, досить небезпечна; така що досить ускладнює особисте життя, більшою мірою не користується повагою інших, але є досить прибутковою і посередньо творчою. Загалом уявлення студентів природничо-математичного факультету про професію психолога мають значно більш негативний характер, порівняно з уявленнями студентів-психологів, і є упередженими (маємо справу з так званим «негативним ефектом ореолу»). А оцінка професії психолога як цілком чоловічої, легкої та такої, що передбачає цілковиту відсутність психологічних проблем, є стереотипною.

4. Отримані результати пропонуємо впроваджувати в навчальній роботі, наприклад, під час викладання навчальних дисциплін «Соціальна психологія», Психологія праці» для студентів спеціальності «Психологія». Так, результати емпіричного дослідження були висвітлені у розробленій лекції, метою якої є ознайомлення студентів-психологів з феноменами соціальних уявлень, стереотипів та результатами авторського емпіричного дослідження соціальних уявлень студентської молоді про професію психолога.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блинова О. Є. Роль соціальних стереотипів у становленні світоглядних орієнтацій особистості. *Психологія і особистість*. 2015. № 2. С 58–70.
2. Бондаревська І.О. Теорія соціальних репрезентацій: актуальні напрями досліджень. *Вісник Одеського національного університету. Психологія*. 2011. № 16 С. 24–30.
3. Бондаренко Л. О. Феномен соціальних уявлень у сучасній психології. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v10/i25/8.pdf> (дата звернення: 15.04.2024).
4. Васильченко О. М. Методи психосемантики в дослідженні соціальних уявлень. *Соціальна психологія*. 2004. № 2. С. 19–37.
5. Гриценко Л. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження. URL : <https://lib.iitta.gov.ua/732110/1/.pdf> (дата звернення: 15.04.2024).
6. Доценко Л. В. Когнітивні уявлення та їх стереотипи як психологічні особливості професійного самовизначення особистості. *Психологія свідомості: теорія і практика наукових досліджень*. Київ, 2020. С. 42–47.
7. Євміна Л. Д., Васильченко О. П. Теоретичний аналіз феномену соціальних уявлень. *Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку. Зб. матеріалів міжнародної конференції (Київ, 07 грудня 2022 р.)*. Київ: «Університет економіки та права «КРОК», 2023. С. 376–377.
8. Камінська С. В. Теоретичний аналіз наукових підходів до проблеми соціальних уявлень у психологічних дослідженнях. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2014. Вип. 2. С. 32–36.
9. Кліманська М. Б. Психологічні особливості стереотипного сприймання професії психолога. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. 2011. Т. XIII. Ч. 3. С. 171–177.

10. Кравчук О. В. Соціальні уявлення як психологічний феномен. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Психологічні науки*. 2013. Вип. 114. С. 103–106.
11. Крещук К. Ю. Професійні стереотипи та їх вплив на успішність діяльності рятувальників : монографія. Харків : ФОП Бровін О.В., 2023. 204 с.
12. Мирошник О. Г. Соціальні уявлення та психологія масової поведінки. *Синергетичний підхід до проєктування життєвого простору особистості: Зб. наук. матеріалів III Міжнарод. наук.-практ. конф. (27-28 квітня 2023 р., м. Полтава)*. Полтава, 2023. С.174–177.
13. Прядко А., Сергєєнкова О. Історіогенез поняття «стереотип» як предмету психологічного дослідження професійних стереотипів вихователів. *Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки*. 2021. Вип. 10. С. 147–152.
14. Романенко О. В. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження в теоретичних схемах західної соціальної психології. *Право і безпека*. 2005. № 4. С. 193–197.
15. Самкова О. М. Дослідження професійних стереотипів психолога. *Проблеми сучасної психології*. 2016. Вип. 31. С. 407–417.
16. Соціальні уявлення молоді: особливості та шляхи формування / За ред. І. Жадан. Київ, 2007. 235 с.
17. Ткачишина О. Чинники формування та існування стереотипів у сучасному інформаційному просторі *Психологія: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Фундаментальні та прикладні дослідження; сучасні науково-практичні рішення та підходи» (10 березня 2017 р.)*. Баку – Ужгород – Дрогобич: По світ, 2017. С 591–592.
18. Ткачишина О. Р. Психологічний аналіз професійних стереотипів у період суспільних змін. *Габітус*. 2020. Вип. 13. Т. 1. С. 168–172.
19. Товщик С. Соціальні стереотипи. URL:

- http://eprints.zu.edu.ua/23747/1/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D1%89%D0%B8%D0%BA_%D0%A1.%D0%90..PDF_(дата звернення: 15.04.2024).
20. Фомічова В. М. Соціальні уявлення у проблематиці сучасної соціальної психологи. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія «Психологічні науки»*. 2010. № 2. С. 242–245.
 21. Шурко О. Стереотипи як складова політичної свідомості. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політологічні студії*. 2016. Вип. 8. С.161–166.
 22. Abric J.-Cl. Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on social representations*. 1993. V. 2. № 2. P. 75–78.
 23. Doise W., Clémence A., Lorenzi-Cioldi F. Représentations sociales et analyses de données. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1992. 225 с.
 24. Jodelet D. Representations social: Phenomens, consent et theorie. *Moskovici S. Psychologie sociale*. Paris, 2004. P. 68–79.
 25. Lipman W. Public opinion. Toronto. 1995. 200 p.
 26. Moscovici S. On Social representations. *Social cognition: Perspectives on everyday understanding*. / Ed. By P.J.Forgas. London : Academic Press, 1981. P. 181–209.

ДОДАТКИ

Додаток А

Авторський варіант семантичного диференціалу

Шановні друзі! Просимо вас узяти участь у дослідженні уявлень вітчизняної молоді про професію психолога. Дослідження анонімне. Неправильних відповідей тут немає. Будь ласка, будьте щирими.

Завдання. За 5-бальною шкалою (де показник 1 – мінімально виражений показник зліва, 5 – максимально виражений показник справа, 3 – щось середнє) оцініть професію психолога:

Жіноча	1 2 3 4 5	Чоловіча
Не прибуткова	1 2 3 4 5	Прибуткова
Корисна людям	1 2 3 4 5	Некорисна людям
Творча	1 2 3 4 5	Нетворча
Полегшує особисте життя	1 2 3 4 5	Ускладнює особисте життя
Престижна	1 2 3 4 5	Непрестижна
Перспективна	1 2 3 4 5	Безперспективна
Зрозуміла	1 2 3 4 5	Незрозуміла
Користується повагою	1 2 3 4 5	Не користується повагою
Підійде кожній людині	1 2 3 4 5	Підійде далеко не всім людям
Цікава	1 2 3 4 5	Нецікава
Безпечна	1 2 3 4 5	Небезпечна
Складна	1 2 3 4 5	Легка
Передбачає відсутність психологічних проблем	1 2 3 4 5	Не передбачає відсутності психологічних проблем
Потребує виражених інтелектуальних здібностей	1 2 3 4 5	Потребує виражених емоційних компетенцій (вмінь)