

Лигомина Тетяна Анатоліївна

аспірантка кафедри практичної психології,
Інститут людини Київського університету імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна
ORCID ID 0000-0001-8476-8938
t.lyhomyna@kubg.edu.ua

СЕМАНТИЧНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПОНЯТТЯ “СУЧАСНИЙ ПСИХОЛОГ” У СПРИЙНЯТТІ ПЕДАГОГІВ І БАТЬКІВ

Висвітлюється проблематика розуміння та розроблення понять “імідж”, “імідж психолога”, “образ психолога”. Звертається увага на те, що в сучасній соціально-психологічній літературі немає єдиного підходу до розуміння та визначення поняття “імідж”. Акцентовано проблему браку ґрунтовних досліджень іміджу практичного психолога в умовах професійної діяльності. Розглянуто особливості формування професійного іміджу загалом та іміджу практичного психолога зокрема. З’ясовано, що професійний імідж психолога будується на підставі знань про образ ідеального (в очах реципієнтів) психолога. Проаналізовано роботи, в яких розглядається формування іміджу практичного психолога у свідомості різних соціальних груп. Як основний інструмент дослідження значеннєвої характеристики образу психолога використано метод психосемантики – метод семантичного диференціала. Образ психолога досліджувався на прикладі представників певних соціальних груп, а саме педагогічних працівників та батьків учнів закладів загальної середньої освіти і вихованців закладів дошкільної освіти м. Києва та Київської обл. Наведено результати експериментального дослідження, у якому взяли участь 125 осіб. Дослідження змістового аспекту образу психолога дало змогу виділити й описати характерні особливості семантичної диференціації педагогічними працівниками та батьками учнів/вихованців закладів освіти ключового поняття – “сучасний психолог”. Виявлено загальну тенденцію позитивного оцінювання образу психолога. На підставі факторного аналізу визначено особливості оцінювання сучасного психолога його потенційними клієнтами.

Ключові слова: імідж; імідж психолога; семантичний диференціал; психосемантика; сучасний психолог.

Tetiana A. Lyhomyna

Ph.D. student of the Chair of Practical Psychology,
Institute of Human Sciences, Borys Hrinchenko Kyiv University,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0001-8476-8938
t.lyhomyna@kubg.edu.ua

SEMANTIC DIFFERENTIATION OF THE “MODERN PSYCHOLOGIST” CONCEPT IN THE PERCEPTION OF TEACHERS AND PARENTS

Abstract. There are revealed the problems of understanding and developing the concepts of “image”, and “image of psychologist”. Attention is drawn to the lack of a unified approach and a single definition of the “image” concept in contemporary socio-psychological literature. It is highlighted the problem of the lack of thorough researches on the image of a practical psychologist in the context of professional activity. There are overviewed the features of the creation of a professional image in general and the image of practicing psychologists in particular. It is determined that the professional image of the psychologist is based on knowledge of the image of the ideal psychologist in the eyes of the recipient. There are analyzed the studies on the image of a practicing psychologist in the minds of different social groups. As the main tool for studying the meaning characteristic of the psychologist’s image, the method of the semantic differential was used. The psychologist’s image was researched on the example of various social groups, namely, pedagogical workers, and parents of students of secondary schools and pupils of the kindergartens in Kyiv and the region. It is shown the results of the experimental study, in which 125 people have participated. The study of the meaning aspect of the psychologist’s image made possible to identify and describe the semantic differentiation characteristics of the key concept “modern psychologist” by pedagogical workers and parents of students/pupils of educational institutions. It is revealed the general tendency of positive assessment of

psychologist's image. On the basis of factor analysis, the features of the evaluation of the modern psychologist in the eyes of his potential clients are determined.

Keywords: image; image of psychologist; semantic differential; psychosemantics; modern psychologist.

Постановка проблеми. В оновленні освіти особлива роль належить психологічній службі. Перед практичним психологом закладу освіти стоять складні завдання: сприяти індивідуальному розвитку кожного вихованця та його підготовці до самостійного свідомого життя, допомогти дитині з вибором професії, беручи до уваги її ціннісні орієнтації, здібності, життєві плани і можливості. Психолог має вчасно надати психологічну допомогу, бути організатором психологічної просвіти серед колег-педагогів, батьків та учнів, реалізовувати психологічну складову під час підготовки різноманітних виховних заходів, згуртовувати навколо себе психологів-однодумців тощо. Професійна позиція психолога багато в чому визначає успішність та ефективність життєдіяльності групи, психологічний клімат і міжособові стосунки в колективі. Саме психолог здатний впливати на процеси самоорганізації колективу, зближувати особистісні та колективні інтереси членів групи, відображати інтереси й потреби колективу в зовнішній взаємодії. Щоб успішно справлятися з професійними завданнями, важливо бути достатньо авторитетним, справляти враження людини, яка здатна повести за собою і якій можна довіряти.

Багатовекторність професійної діяльності спонукає практичних психологів закладів освіти до постійного пошуку ефективних технологій удосконалення власної професійної діяльності і формування привабливого професійного іміджу як умови покращення професійних результатів. Затребуваність споживачами послуг певних професійних якостей вимагає від практичного психолога, аби він постійно коректував власний професійний імідж та збагачував його надбаннями, що в кінцевому підсумку сприяє підвищенню ефективності професійної діяльності. Потреба нарощування своєї професійної спроможності, і в тому числі управління власним професійним іміджем, набуває особливої гостроти в переломні моменти реформування освітньої галузі.

У зв'язку з цим актуалізується роль нової галузі теоретичного і прикладного знання – іміджології. Об'єктивними умовами її актуалізації в сучасному суспільстві є нерозробленість основних умов і закономірностей, засобів і методів формування іміджу, його структурних компонентів.

Щоб сформувати власний професійний імідж, психологу потрібно розуміти, як його сприймає оточення – колеги, батьки, адміністрація. Наше дослідження покликане проаналізувати образ психолога в очах його потенційних клієнтів, що дає психологу змогу більш ефективно формувати власний професійний імідж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Імідж фахівців різноманітного профілю досліджувало багато науковців, зокрема Г. Андреева, Ю. Дзядевич, І. Ніколаеску, О. Панасюк, О. Попова, І. Симонова, В. Шепель та ін. Спільним у визначенні іміджу зазначеними авторами є погляд на імідж як на емоційно забарвлений образ сприйняття, що складається у свідомості людей щодо конкретної особи і спонукає до певної соціальної поведінки.

У доробку зарубіжних авторів можна виокремити наукові розвідки П. Берда, М. Спіллейн, Б. Швальбе, які пов'язують імідж насамперед із зовнішнім виглядом людини. У галузі корпоративного іміджу акцент робиться на сприйнятті компанії чи її товарів суспільством (Ф. Котлер, М. Мескон, Ф. Хедоур). Дехто з авторів звертає увагу на те, що категорія іміджу відрізняється від традиційного для психології трактування образу як такого і належить до сфери соціального пізнання (О. Донцов, А. Калюжний, О. Ковальова, О. Перелигіна та ін.).

Виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Наразі публікації щодо іміджу психолога більшою мірою відображають дослідження професійного іміджу студентів-психологів (Л. Зотова, А. Кривцова, О. Купріна, Ю. Нетесана, С. Салманова, Л. Новікта та ін.). Утім, відомо, що на етапі професійного навчання формування іміджу майбутнього спеціаліста лише розпочинається, тоді як в умовах професійної діяльності з'являються безмежні можливості для його розширення, поглиблення, деталізації. Імідж практичного психолога освітнього закладу значною мірою визначає ефективність його взаємодії з учасниками освітнього процесу, є важливою умовою побудови довірливих взаємин, допомагає визначати вектори власного професійного розвитку (В. Бозаджієв, А. Калюжний, М. Кузьміна).

Незважаючи на значний прогрес у наукових дослідженнях проблеми іміджу, вивчення питання професійного іміджу, і зокрема професійного іміджу практичного психолога, перебуває лише на

початкових етапах і потребує належної уваги. Наразі мається на увазі вивчення значення смислів, якими наповнюють образ психолога його потенційні клієнти – батьки та педагоги.

Мета статті – визначити особливості семантичної диференціації поняття “сучасний психолог” педагогами та батьками учнів/вихованців закладів освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Імідж професіонала має два складники: уявлення професіонала про себе і уявлення про нього з боку оточення. Так само формується і професійний імідж психолога. Спочатку практичний психолог пізнає для себе образ ідеального психолога, який є у суспільстві, шляхом безпосереднього сприйняття або з інших джерел (думки колег, інших людей, література, ЗМІ тощо). Цей образ немовби застигає в психіці фахівця; далі в процесі професійної діяльності відбувається співвіднесення образу психолога-професіонала з власною системою цінностей, особистісними особливостями, формується уявлення про себе як про фахівця. Починають діяти певні соціально-психологічні механізми, такі як атрибуція, стереотипізація, генералізація настановлення, механізм когнітивного дисонансу, навіювання. З часом відбувається ревізія і корекція власних особистісних рис характеру, професійних якостей та акцентується увага на індивідуальних яскравих позитивних сторонах. Психолог “програє” окремі елементи бажаного іміджу та намагається використовувати ці елементи у своїй професійній діяльності, тобто відбувається “вживання” в образ. І завершальний етап – це формування практичним психологом уже власного позитивного іміджу (Лігомина, 2018).

Уявлення оточення про професіонала багато в чому пов’язане з образом конкретних людей і їхньою професійною біографією, певними професійними цінностями. Проте основним джерелом інформації про професії та професіоналів є засоби масової інформації, інтернет і кінематограф. Вважаємо, що в суспільній свідомості існує певний стереотипний образ психолога, більш-менш усталений, сформований, найімовірніше, під впливом засобів масової комунікації, які й роблять досвід багатьох людей ідентичним.

Один із цікавих напрямів дослідження професії психолога представлений у працях В. Бозаджієва (2009), який проаналізував формування іміджу практичного психолога в різних соціальних групах. Дослідник розглядає той набір професійних, поведінкових та інших характеристик психолога, завдяки яким створюється імідж психолога-консультанта у свідомості людей. Відзначимо також доробок О. Донцова і Г. Белокрилової (Донцов, 1999) та Н. Шаньгіної (2007), де аналізуються уявлення про психолога в студентському середовищі.

Предметом нашого дослідження став образ психолога у свідомості представників певних соціальних груп, а саме педагогічних працівників та батьків учнів закладів загальної середньої освіти і вихованців закладів дошкільної освіти м. Києва та Київської обл. В експериментальному дослідженні взяли участь 125 осіб (21 респондент – чоловічої статі, 104 – жіночої). Вік респондентів – від 26 до 69 років. У ході дослідження було виділено дві групи досліджуваних: педагогічні працівники (серед яких були також представники адміністрації закладів освіти) – 83 особи, і батьки учнів/вихованців – 42 особи.

За основний інструмент дослідження значеннєвих характеристик образу психолога було обрано метод психосемантики, презентований у нашому дослідженні методикою семантичного диференціала. Семантичний диференціал як процедура аналізу психосемантики значень належить до методів латентного аналізу, тобто це процедура виявлення прихованих змінних (ознак), а також внутрішньої структури зв’язків між ними. Ч. Осгуд запропонував і розробив метод семантичного диференціала для психосоматичного аналізу особистісного смислоутворення.

Метод семантичного диференціала спрямований не тільки на пошук семантичного простору й аналіз покладених у його основу факторів, а й на вивчення взаємного розташування об’єктів у цьому просторі, тобто розбіжностей у сприйманні цих об’єктів респондентом. Обраний метод дає змогу знаходити усереднені показники, виділяти типи людей, що мають схоже сприймання розглянутого об’єкта. Застосування цього методу забезпечує належною мірою строгу формалізацію експерименту, що дає змогу одержати більш-менш адекватну інформацію про досить тонкі психологічні структури свідомості (Василькевич, 2009).

Семантичний диференціал використовується як комбінація методу контрольованих асоціацій і процедури шкалювання. Для диференціювання пропонувалося поняття (декілька понять), а також біполярні шкали, задані прикметниками. Респондент мав дати оцінку диференційованому об’єктові за

кжною із запропонованих біполярних семибальних шкал. У відповідь на слово в респондента виникала певна реакція, котра виявляла певну подібність до реакції поведінкової, свого роду готовність до поведінки, дещо опосередковуючи поведінку. Асоціація респондента зі стимулом спрямовувалася заданими біполярними шкалами. Функції цих шкал такі: вони допомагають вербалізувати реакції на той чи той стимул; сприяють концентрації уваги на певних властивостях цього стимула, які становлять інтерес для дослідження; з їх допомогою можна провести порівняння оцінок, які респонденти дають різним об'єктам (Шмелев, 2002).

Оцінки понять за різними шкалами загалом корелюють одна з одною, і за допомогою факторного аналізу можна виділити пучки таких шкал високої кореляції, згрупувати їх у фактори (Лозова, 2011). Фактор можна розглядати як значеннєвий інваріант змісту вхідних у нього шкал, і в цьому сенсі фактори є формою узагальнення прикметників-антонімів, на базі яких будується семантичний диференціал, а його факторна структура відображає структуру антонімії в лексиці. Групування шкал у фактори дає змогу перейти від опису об'єктів за допомогою ознак, заданих шкалами, до більш об'ємного опису за допомогою меншого набору категорій-факторів і представити смисл об'єкта у вигляді сукупності факторів з різними коефіцієнтами ваги (Гафіатуліна, 2017).

З огляду на завдання дослідження ми розробили власний частковий семантичний диференціал. Респондентам було запропоновано оцінити “сучасного психолога” за допомогою 21 пари антонімів-прикметників, таких як компетентний-некомпетентний; відповідальний-безвідповідальний; стриманий-емоційний; презентує себе – в тіні; опікується власним іміджем – байдужий до власного іміджу та ін.

Процедура побудови семантичного простору, який описує і диференціює уявлення про психологічні особливості досліджуваного, передбачала реалізацію трьох послідовних етапів. Перший етап – проведення процедури оцінювання; другий – математичне опрацювання отриманих емпіричних даних за допомогою факторного аналізу; третій етап – змістовий аналіз даних, отриманих після математичного опрацювання й створення семантичного простору. Інтерпретація виокремлених факторів здійснювалася на основі пошуку смислових інваріантів, які поєднували шкали, що належали до певного фактору. На основі комп'ютерної програми SPSS 20.0 за допомогою методу головних компонентів проводилася факторизація отриманих експериментальних даних. Для всіх досліджуваних груп було встановлено рівень статистичної значущості факторів при показниках не нижче 5% поясненої дисперсії і статистичної значущості шкал – 0,50.

У результаті факторизації поняття “сучасний психолог” педагогічними працівниками виділилося шість факторів (частка поясненої дисперсії – 52,83%). Перший фактор (частка поясненої дисперсії – 19,79%) містив у собі шкали: “компетентний” (0,749), “ерудований” (0,781), “опікується власним іміджем” (0,533), що дало підстави визначити зміст фактору як *професіоналізм*. Другий (частка, відповідно, 11,63%) відображав шкалу “постійно розвивається” (0,601). Це фактор *розвитку*. Третій фактор (8,7%) утворили шкали “досвідчений” (0,778), “успішний” (0,633). Відповідно, фактор – *успіх і досвід*. Четвертий фактор (6,8%) – категорія “уважний” (0,758) – дістав назву *увага до клієнта*. П'ятий фактор (6,5%) увібрав одну категорію – “допомагає” (0,645). Це – *позитивний результат професійної діяльності*. Шостий фактор (5,9%) відповідав категорії “чутливий до сигналів ззовні” (0,840). Фактор – *сприйнятливий*.

Отже, серед педагогічних працівників спостерігаємо позитивне ставлення до сучасного практичного психолога. Це відображено в зазначених вище характеристиках, якими респонденти наділяли психологів, а саме: професіоналізм; успіх у результатах професійної діяльності; увага до клієнтів; досвідченість та успішність; постійний розвиток і сприйняття сигналів ззовні.

За результатами факторизації поняття “сучасний психолог” батьками, діти яких відвідують заклади дошкільної освіти та навчаються в закладах системи загальної середньої освіти, було виділено п'ять факторів (частка поясненої дисперсії – 97,12%). Перший фактор (частка поясненої дисперсії – 46,94%) утворили шкали: “компетентний” (0,808), “постійно розвивається” (0,932), “ерудований” (0,836), “уважний” (0,758), “опікується власним іміджем” (0,950). Фактор витлумачено як *яскравий професіонал*. Другий фактор (22,28%) відображав шкали: “допомагає” (0,750), “стриманий” (0,836), “чутливий до сигналів ззовні” (-0,947). Фактор було прочитано як *сприйнятливий та ефективний у роботі*. Третій фактор (11,61%) був утворений однією категорією – “досвідчений” (0,886). Фактор характеризується як *досвід*. Четвертий фактор (8,54%) пов'язаний зі шкалою “успішний” (0,758). Відповідно, його було

інтерпретовано як *успіх*. П'ятий фактор (7,8%) відображав категорію “уважний” (0,632). Він був прочитаний як *увага до клієнта*.

Отже, батьки учнів/вихованців наділяють психолога такими характеристиками: успішний; уважний; досвідчений; емоційно стриманий; професіонал, який дбає про свій імідж та має позитивні результати професійної діяльності. У психосемантичній характеристиці свідомості респондентів образ психолога є, безсумнівно, позитивним, що підтверджується семантичним наповненням факторів. На підставі результатів методики семантичного диференціала можна зробити висновок, що обидві групи досліджуваних позитивно оцінюють семантизовану категорію “сучасний психолог”. В обох групах не було зафіксовано негативних характеристик, що свідчить не лише про високий рівень довіри, а й високий рівень очікувань респондентів щодо професійної діяльності практичних психологів.

Насамкінець з'ясуємо особливості змістового інтерпретування двома групами респондентів факторної картини оцінок категорії “сучасний психолог”.

Змістова наповненість першого фактору є основною, адже це головний фактор, який охоплює найбільшу частку дисперсії. Обидві групи досліджуваних в основу сприйняття образу психолога покладають компетентність, загальну ерудицію та бажання опікуватися власним іміджем. Проте група батьків доповнила цей фактор ще такими характеристиками, як “постійно розвивається” та “уважний”.

На особливу увагу заслуговує другий фактор – “сприйнятливий та ефективний у роботі”, який визначила група батьків. Фактор уміщує три характеристики: “допомагає”, “стриманий” і “чутливий до сигналів ззовні”. Це означає, що згадані конструкти є близькими в семантичному полі сприйняття у батьків щодо професійної діяльності практичних психологів.

Вважаємо за доцільне зауважити, що більшість факторів мають схоже, фактично майже однакове змістове наповнення. Наприклад, на такі характеристики, як “досвідчений” та “успішний”, “уважний”, “допомагає”, “стриманий”, натрапляємо у факторній картині оцінок обох груп респондентів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, результати проведеного нами психосемантичного дослідження дають підстави стверджувати, що обидві групи досліджуваних позитивно оцінюють поняття “сучасний психолог”. Спільним для обох груп респондентів є те, що сучасний психолог сприймається ними як компетентний, ерудований професіонал, який опікується власним іміджем, виявляє емоційну стриманість, досвідчений та успішний. Проте, на відміну від педагогів, група батьків до образу психолога, крім професіоналізму, додає ще й такі характеристики, як “постійний розвиток” та “увага до клієнта”.

Перспективою подальших наукових розвідок є розширене вивчення психосемантичного поля “сучасний психолог”, а саме проведення дослідження серед практичних психологів системи освіти та порівняння результатів з отриманими раніше висновками.

Список використаних джерел

- Бозаджиев, В. Л. (2009). *Имидж психолога*. Москва: Академия Естествознания.
- Василькевич, Я. З. (2009). Семантичний диференціал як метод психологічного аналізу особистісного смислоутворення. *Психолінгвістика*, (3), 34–40.
- Гафіатуліна, А. В. (2017). Семантична диференціація ключового поняття національної самосвідомості студентів. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Психологія*, (2). Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadrpn_2017_2_4.
- Донцов, А. И., & Белокрылова, Г. М. (1999). Профессиональные представления студентов-психологов. *Вопросы психологии*, (2), 42–50.
- Лигоміна, Т. А. (2018). Імідж практичного психолога: теоретичний екскурс. *Гуманітарний вісник ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”. Тематичний випуск “Міжнародні Челпанівські психолого-педагогічні читання”*, (37), 66–74.
- Лозова О. М. (2011). *Методологія психосемантичних досліджень етносу*. Київ: Слово.
- Шаньгіна, Н. В. (2007). *Динаміка образу психолога і личностних особливостей студентів Уральського регіону*. (Дис. канд. психол. наук), Санкт-Петербург.
- Шмелев, А. Г. (2002). *Психодіагностика личностных черт*. Санкт-Петербург: Речь.

References

- Bozadzhyev, V. L. (2009). *Imidzh psikhologa*. Moscow: Akademiya Estestvoznaniya. (in Russian)
- Dontsov, A. I., & Belokrylova, G. M. (1999). Professionalnyye predstavleniya studentov-psikhologov. *Voprosy psikhologii*, (2), 42–50. (in Russian)
- Hafiatulina, A. V. (2017). Semantychna dyferentsiatsiia kliuchovoho poniattia natsionalnoi samosvidomosti studentiv. *Visnyk Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Serii: Psykholohiia*, (2). Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadpn_2017_2_4. (in Ukrainian)
- Lozova, O. M. (2011). *Metodolohiia psykholemantychnykh doslidzhen etnosu*. Kyiv: Slovo. (in Ukrainian)
- Lyhomyna, T. A. (2018). Imidzh praktychnoho psykholoha: teoretychnyi ekskurs. *Humanitarnyi visnyk DVNZ "Pereiaslav-Khmelnyskyi derzhavnyi pedahohichni universytet imeni Hryhoriia Skovorody"*. *Tematychnyi vypusk "Mizhnarodni Chelpanivski psykholoho-pedahohichni chytannia"*, (37), 66–74. (in Ukrainian)
- Shangina, N. V. (2007). *Dinamika obraza psikhologa i lichnostnykh osobennostey studentov Uralskogo regiona*. Dis. kand. psikhol. nauk [Dynamics of character of psychologist and personality features of students of the Ural region]. Candidate's thesis. St. Petersburg. (in Russian)
- Shmelev, A. G. (2002). *Psikhodiagnostika lichnostnykh chert*. St. Petersburg: Rech. (in Russian)
- Vasylykevych, Ya. Z. (2009). Semantychnyi dyferentsial yak metod psykholohichnoho analizu osobystisnoho smysloutvorennia. *Psykhohivistyka*, (3), 34–40. (in Ukrainian)