**План**

**Вступ ...................................................................................................................... 3**

**Частина І. Стереотипи: поняття, види, рівні, класи .................................... 5**

* 1. поняття установки, як механізму людського мислення.......................... 5
	2. стереотипи.................................................................................................... 6
		1. визначення поняття "стереотип"....................................................... 6
		2. основні властивості та параметри стереотипів................................ 9
		3. класи стереотипів............................................................................... 10
		4. функції стереотипів............................................................................ 11
		5. основні прийоми виявлення стереотипів......................................... 12

**Частина ІІ:** **Особливості професійної діяльності психолога........................ 13**

* 1. роль і місце консультанта у консультуванні............................................ 13
	2. вимоги до особистості консультанта – модель ефективного

консультанта...................................................................................................... 15

* + 1. аутентичність..................................................................................... 18
		2. відкритість власному досвіду........................................................... 19
		3. розвиток самопізнання....................................................................... 19
		4. сила особистості й ідентичність ....................................................... 20
		5. толерантність до невизначеності...................................................... 20
		6. прийняття особистої відповідальності............................................ 20
		7. про глибину відносин з іншими людьми......................................... 21
		8. постановка реалістичних цілей........................................................ 21
	1. професійна підготовка консультанта........................................................ 23

**Частина ІІІ: Дослідження сучасних стереотипів відносно особистості**

**та професійної діяльності психолога................................................................ 26**

* 1. мета, задачі, об’єкт та предмет дослідження.......................................... 26
	2. методика дослідження............................................................................... 26
	3. аналіз результатів........................................................................................ 27
		1. аналіз результатів відносно діяльності психолога......................... 27
		2. аналіз результатів відносно особистості психолога....................... 28
	4. висновок....................................................................................................... 29

**Закінчення ............................................................................................................ 30**

**Список літератури................................................................................................ 31**

**ВСТУП**

Дослідник вважає дане дослідження досить актуальним тому що всі аспекти і процеси життя людина сприймає і реагує на них тільки через свої стереотипи; взаємодіє з людьми на підставі стереотипів; робить усі свої умовиводи і висновки тільки на підставі своїх стереотипів. Фактично людина не сприймає реальний світ таким, який він є, а моментально підбудовує його під свої стереотипи замість того, щоб перебудовувати себе (свої стереотипи) відповідно до дійсності.

Будь-який аналіз дійсності, що здається людині об'єктивним і безстороннім, прагнення зайняти визначене місце в цій “дійсності”, випливаючи “покажчикам” Свідомості – і є ні що інше, як стереотип. Якщо людина говорить про кого чи про щось: “Мені це подобається, а те – не подобається”, “люблю – не люблю” – вона має стереотип у виді здебільшого вже зовсім марного досвіду кого-небудь із предків. Якщо людина говорить самому собі: “Я це зробити можу, а те – не можу” – він має ще один стереотип. Будь-яке його судження про те чи інше, а тим більше категоричне судження – стереотип. Якщо особистість визначає для себе: “Це можна, а це – не можна” ,– вона також має стереотипи.

Дослідник упевнений, що в суспільстві так само існують певні стереотипи щодо діяльності психолога, щодо його особистості, стереотипні очікування відносно роботи з психологом, знаючи про сутність яких, психолог може відповідно коректувати своє поводження при самопрезентації, пропозиції власних послуг; знаючи про сутність яких психолог, починаючи працювати з клієнтом, відразу зможе нейтралізувати невірні стереотипи, тим самим попереджаючи розчарування клієнта через невідповідність реальної роботи і її результатів стереотипним очікуванням і уявленням клієнта; попереджаючи розчарування клієнта, яке у свою чергу далі буде сприяти формуванню в нього негативної думки, яка не відповідає реальності, про психолога і його компетентність, що негативно позначиться на репутації фахівця.

Об'єкт дослідження: стереотипи.

Предмет дослідження: характеристика особистості та професійної діяльності психолога.

Мета: дослідити сучасні стереотипи відносно особистості та професійної діяльності психолога.

Задачі:

1. вивчити та провести аналіз існуючих точок зору на стереотипи;
2. вивчити та провести аналіз існуючих вимог до особистості та діяльності психолога;
3. дослідити сучасні стереотипи відносно особистості та професійної діяльності психолога;
4. виходячи з проведеної роботи скласти власну приблизну модель ефективного консультанту.

# СТЕРЕОТИП: ПОНЯТТЯ, ВИДИ, РІВНІ, КЛАСИ.

## 1.1. Поняття установки, як механізму людського мислення.

Як відомо, будь-яка інформація, у тому числі й інформація про професійну діяльність психолога, впливаючи на людину, може створити в нього соціально-психологічну установку і сформувати стереотипи.

Під установкою прийнято розуміти внутрішню психологічну готовність людини до яких-небудь дій. Поняття установки вперше сформульовано німецьким психологом Л. Ланге в 1888 р. Концепція установки розроблялася радянським психологом Дмитром Миколайовичем Узнадзе (1886-1950) і багатьма іншими вченими. В даний час ясно, що установка - результат реалізації генеральної стратегії керування в живих системах[[1]](#footnote-1).

Однак формування соціально-психологічної установки може відбуватися під впливом ззовні. У цьому випадку будь-який вплив на людину можна розглядати з погляду теорії установки. Коли він має соціальну природу, то говорять про соціально-психологічну природу установки. Розуміння механізму дії установок полегшується розумінням дії принципу так називаної *домінанти*.

Діяльність людини багато в чому визначається *домінантою* - стійким осередком підвищеної збудливості в корі і підкірці головного мозку. Це є те саме таємниче "щось", що заважає, чи, навпроти, змушує людину починати які-небудь дії у визначених ситуаціях.

Вважається, що домінанта у своєму розвитку проходить три стадії:

На першій стадії домінанта виникає під впливом внутрішніх хіміко-біологічних процесів, з одного боку, і зовнішніх подразників, з іншого. Як приводи для підживлення домінанта залучає самі різні подразники;

На другій стадії з колишньої безлічі діючих збуджень домінанта вибирає групу, що для неї особливо "цікава", у результаті чого утвориться умовний рефлекс;

На третій стадії між домінантою і зовнішнім подразником установлюється міцний зв'язок, так що подразник буде викликати і підкріплювати її. Зовнішнє середовище містить визначені сигнали, на котрі обов'язково реагує відповідна домінанта.

Домінантний осередок володіє рядом специфічних властивостей:

1. Стійкість у часі;
2. У конкретний інтервал часу (хвилини, години, а в деяких особливих випадках - місяці і роки) панує одна домінанта;
3. Домінанта різко послабляється в зв'язку з її природним вирішенням.

**Домінанта** - об'єктивно існуючий механізм людського мислення і поводження, проте, людина здатна усвідомлювати, коректувати колишні і створювати нові домінанти.

Після закінчення деякого часу домінанта убуває, залишаючи після себе стереотипи сприйняття, мислення і, отже, поводження.

## 1.2. Стереотипи.

### Визначення поняття "стереотип"

У психологічному словнику ми знайшли наступне визначення поняття "стереотип":

*Стереотип* (від греч. "stereotype": stereos - твердий, міцний і typos - форма, зразок, відбиток) - тверда, часто спрощена, стандартна думка про соціальні групи чи про окремих індивідів як представниках цих груп.[3]

Дуже схоже трактування поняттю "стереотип" дає Байбурін А.К.: це судження, у загострено спрощеній та узагальненій формі, з емоційним фарбуванням, що приписує визначеному класу обличчя деякі властивості, чи, навпаки, що відмовляє їм у цих властивостях. Стереотипи розглядаються як особливі форми обробки інформації, що полегшують орієнтацію людини у світі. Ознаки, що містяться в стереотипах, використовуються для оцінки співвіднесеності предметів до того чи іншого класу і приписування їм визначених характеристик. [1]

Якщо стереотип, формується в результаті зовнішнього впливу на людину, що має соціальну природу, або стереотипуємим об'єктом є соціальний об'єкт (група об'єктів), то говорять про соціальний стереотип.

*Стереотип соціальний* - узагальнена, спрощена і ригідна система широко розповсюджених представлень про групи людей, які пізнають, у яких кожна людина розглядається як носій тих самих наборів ведучих характеристик, приписуваних будь-якому члену даної групи безвідносно його реальних якостей; система, що має високу стійкість, найчастіше емоційно зафарбована. Як правило, групи членства є реально існуючими і задаються формальними характеристиками, такими, як національність, релігійна конфесія, стать, професійна приналежність і т.п. Найбільш поширені стереотипи про представників різних расових, національних і релігійних груп. Стереотипні представлення про існуючі психологічні типи людей називаються типажами.[3]

Відповідно до даних стереотипів навколишні очікують від індивіда визначеного поводження, подібного з рольовим. Основна відмінність соціального стереотипу від соціальної ролі[[2]](#footnote-2) в тім, що роль містить у собі набір розпоряджень для визначеної групи осіб, відповідно до яких будуються чекання оточуючих людей, а соціальний стереотип припускає тільки чекання без розпоряджень. Процес стереотипування (породження стереотипів) є часткою случаю процесу категоризації. При цьому використання стереотипу виглядає як підведення об'єкта під узагальнююче поняття, яким є соціальний стереотип. Будучи одним з різновидів життєвих понять, стереотип, як правило, характеризується тим, що має неадекватну міру узагальненості істотних ознак об'єкта, їхній неповний чи надлишковий набір. Відзначається також, що з підвищенням рівня освіти і загальної культури випробуваних прагнення робити узагальнення щодо різних соціальних, і в першу чергу етнічних, груп людей помітно знижується. Засвоєні індивідом ригідні соціальні установки можуть бути як позитивні, так і негативні. Останні прийнято позначати як упередження. Таким чином, більшість соціальних стереотипів можна вважати упередженнями, позначивши їх як ворожу чи негативну установку[[3]](#footnote-3) на окрему групу людей.

Як термін соціальний стереотип у соціологію і соціальну психологію ввійшов завдяки американському журналісту і психологу У. Ліпману в 1922 р. і в той час уживався для позначення упереджених образів, еталонів суспільної думки щодо етнічних, станових, класово-групових, професійних, політичних і т.п. груп, представників партій і соціальних інститутів.

Соціальний стереотип відіграє важливу роль у формуванні оцінки людиною навколишнього світу, хоча використання його може спричинити двоякий наслідок, тому що приводить, з одного боку, до звуження пізнавального процесу, що може мати у визначених ситуаціях позитивне значення, а з іншого, - до вироблення різного роду упереджень. Упередження особливо негативні і навіть небезпечні в оцінці міжнаціональних, політичних, міжгрупових і економічних відносин, тому що породжують соціальну напруженість, глибокі соціальні конфлікти. Історична практика показує, що соціальні стереотипи, які приводять до формування негативних упереджень, обумовлені недоліком життєвого досвіду, відсутністю інформації чи наявністю помилкової, випадкової, неперевіреної інформації, зайво емоційним сприйняттям, маніпулюванням повсякденною свідомістю.

### Основні властивості і параметри стереотипів

Працюючи з книгою Ольшанського [5] ми вибрали основні властивості стереотипів:

* здатність впливати на прийняття рішення індивіда, нерідко всупереч логіці;
* у залежності від характеру установки стереотипи майже автоматично "підказують" одні доводи у відношенні вибору об'єкта чи ухвалення рішення і витісняють зі свідомості інші, протилежні першим;
* стереотип, на відміну від "потреби взагалі", має виражену конкретність.

Розглядаючи окремо деякі види стереотипів ми виділили наступні особливості:

1. Характерні мовним стереотипам:
* Ознаки й атрибути, що містяться в мовних стереотипах, використовуються розмовляючими для оцінки віднесеності предметів до того чи іншого класу на основі сімейної подібності.
* Різні типи термінів мають фундаментально різні мовні стереотипи. Кольоровизначення засновано на перцепції: терміни базових кольорів базуються на конкретних зорових образах з різними аспектами сприйняття, більш складні ж терміни - на більш абстрактному представленні, більш близькому до картин, чим до слів. Терміни, що характеризують соціальні ролі, зв'язані з усвідомленими думками.
* Для кожного типу терміна можна пророчити заздалегідь, який тип ознак буде включений у семантичну компетенцію. Ознаки сприйняття для кольору, типове поводження - для позначень живого світу, функціональне призначення - для артефактів[[4]](#footnote-4), соціальні функції, місце на соціальній шкалі, типові риси чи типове поводження і доход - для термінів соціальної сфери.[7]
1. Характерні етнічним стереотипам:
* Стереотип виникає при відсутності чи недостатності інформації про визначеного індивіда, етнічну групу;
* Чим більша кількість людей погоджується з даним етнічним стереотипом - тим більше правдивим він вважається;
* Якщо дві різні групи людей мають визначений стереотип про третю групу - він вважається більш правдивим.
1. Гендерні ж стереотипи є окремим випадком стереотипу і виявляють усі його властивості.

***Параметри стереотипів*** [6]:

1. Ступінь необхідності в повсякденному житті: дуже необхідні в побуті, на одному полюсі, протипоставлені тим, що мають деструктивний заряд.
2. Ступінь незакостенілості і змінюваності, гнучкості в зміні перспектив.
3. Зміст стереотипів: заперечливе (а тому агресивне) протипоставлено стверджуючому (необразливому).

### Класи стереотипів.

У свідомості людини, з моменту народження і до глибокої старості, народжується, формується величезна кількість стереотипів.

Стереотипи бувають:

* + позитивними;
	+ негативними;
	+ нейтральними. Їх ще називають стереотипами "популярності, але байдужності".

А також існує декілька їхніх класів:

1. Особисті. Ці стереотипи людина формує сама. До них відносяться його різні переконання, пристрасті - усе те, що (на думку людей) складає особистість, індивідуальність людини, його інтереси і широту натури.
2. Гендерні. Являють собою культурно і соціально обумовлені думки про якості, атрибути і норми поводження представників обох статтей і їхнє відображення в мові. Гендерна стереотипізація фіксується в мові, тісно зв'язана з вираженням оцінки і впливає на формування очікувань від представників тієї чи іншої статі визначеного типу поводження. Гендерні стереотипи дуже спрощують реальну ситуацію, однак у колективній суспільній свідомості вони закріплені міцно і міняються повільно.
3. Сімейні. Сімейні стереотипи формуються під впливом сімейних традицій, установок, правил.
4. Суспільні чи соціальні. Формуються під впливом суспільства і соціуму. Політика держави формує державні стереотипи, релігія - релігійні, реклама - споживчі. [6]

### Функції стереотипів.

Стереотипи мають узагальнюючу функцію, що складається в упорядкуванні інформації:

1. Когнітивну функцію - генералізація (іноді надмірна) при упорядкуванні інформації - коли відзначають що-небудь, що "кидається в очі". Наприклад, при засвоєнні чужої культури на заняттях іноземною мовою приходиться одні стереотипи (регулюючі інтерпретацію мови) заміняти іншими;
2. Афективну функцію - визначена міра етноцентризму в міжетнічному спілкуванні, виявлена як постійне виділення "свого" у противагу "чужому";
3. Соціальну функцію - розмежування на "внутрігрупове" "позагрупове" приводить до соціальної категоризації, до утворення соціальних структур, на які активно орієнтуються в повсякденному житті. Важливу роль грає орієнтація по національній ознаці, найбільшою мірою виражаючись (для стороннього спостерігача, принаймні) як забобони і з найбільшою гостротою реалізуємі при міжетнічному спілкуванні. [6]

### Основні прийоми виявлення стереотипів:

* + виявлення стійких тем розмов відносно стереотипуємого об'єкта, у досліджуваній аудиторії;
	+ проведення опитувань, інтерв'ю, анкетування на невеликих фокус-групах;
	+ прийом незакінченого речення, коли людина продовжує фразу, почату дослідником у відношенні професії й особистості психолога;
	+ використання методу виявлення асоціацій, коли невеликій групі опитуваних пропонується в плині 30 секунд написати, з чим у них асоціюються слова "психолог", "психологічна допомога", "психологічна консультація".

Таблиця № 1 "Методи вивчення аудиторії".

|  |  |
| --- | --- |
| Аналіз свідомих факторів | Структурні опитування, анкетування |
| Аналіз особистих почуттів і "мови" | "Співчуваюче" інтерв'ю, нейролінгвістичне програмування |
| Аналіз інтуїтивних асоціацій | Ігрові методики, невербальні методи, асоціації, рольові ігри |
| Аналіз несвідомо спонтанних реакцій | Проективні методики, психологічний малюнок, завершення малюнка, персоналізація, колаж психодрама, ліплення, пісочниця, спрямовані мрії |

# Особливості професійної діяльності психолога

## 2.1. Роль і місце консультанта в консультуванні

У практиці психологічного консультування і психотерапії щодня приходиться зіштовхуватися з найважливішими аспектами життя людини. Консультант завжди разом із клієнтом обговорює незначні й істотні проблеми своїх підопічних і прагне допомогти клієнту:

* + розібратися в мотивуванні повсякденних виборів і наслідків;
	+ вирішити безліч емоційних проблем і заплутані міжособистісні відносини;
	+ перебороти почуття внутрішнього хаосу – зробити незрозуміле і мінливе позитивним і доцільним.

Тому консультант повинен усвідомлювати, хто він, ким може стать і яким його сподівається бачити клієнт. Інакше кажучи, виникає питання визначення ролі консультанта. Чи являє собою консультант друга клієнта, професійного порадника, учителя, експерта, супутника клієнта в блуканнях по завулках чи життя гуру – випромінювача абсолютної істини? Багатьох, особливо початківців консультантів, приводить у замішання відсутність універсальної відповіді на питання про роль консультанта в процесі надання психологічної допомоги. Ця роль звичайно залежить від приналежності консультанта до визначеної теоретичної орієнтації, його кваліфікації, особистісних рис, нарешті, від очікувань клієнта.

Ефективність діяльності фахівця багато в чому обумовлена тим, наскільки ясно він представляє своє місце в консультуванні. Коли немає такої ясності, консультант у своїй роботі буде керуватися не визначеними теоретичними принципами, а лише чеканнями і потребами клієнта, іншими словами, буде робити лише те, на що сподівається і чого хоче клієнт. Клієнти ж найчастіше очікують, що консультант візьме на себе відповідальність за успіх їхнього подальшого життя і розв'яже їх проблеми – де учитися, як улагодити конфлікти на роботі, чи розводитися з чоловіком і т.д.

Самолюбству починаючого консультанта може лестити, що люди, які шукають відповіді на складні питання свого життя, звертаються саме до нього, і існує небезпека, що консультант вважатиме себе знаючим відповіді на всі питання клієнта чи ще гірше –буде нав'язувати клієнту свої рішення. У цій ситуації неправильне розуміння консультантом своєї ролі тільки збільшить залежність клієнта від нього і перешкодить допомогти клієнту в самостійному прийнятті рішень. Ніякий консультант не може вказувати іншій людині, як йому жити. У практиці психологічного консультування і психотерапії варто частіше згадувати слова знаменитого психотерапевта J. Bugental [7] про таємницю і знання: "Таємниця охоплює знання, у ній схована інформація. Таємниця нескінченна, знання – має межі: коли зростає знання, ще більше стає таємниця... Психотерапевтів підстерігає спокуса вступити в змову з клієнтами і відкинути таємницю. У цій огидній угоді мається на увазі, але рідко розкривається ілюзія, що існують відповіді на всі життєві проблеми, що можна розкрити значення кожного сну чи символу і що ідеальною метою здорового психічного життя є раціональний контроль. Психотерапевти зобов'язані багато знати, але одночасно випробувати преклоніння і покірність перед таємницею. Будемо відверті –ми ніколи не володіємо і не здатні мати повноту знань. Прикидатися, що ми знаємо нестатки клієнта і можемо підказати йому правильний вибір, – значить зрадити клієнта. У будь-якій терапії варто допомогти клієнту прийняти таємницю в собі і нашій загальній таємниці..."

Сама загальна відповідь про роль консультанта криється в розумінні сутності процесу консультування. Основне завдання консультанта полягає в тім, щоб допомогти клієнту у виявленні своїх внутрішніх резервів і в усуненні факторів, що заважають їхньому використанню. Консультант також повинний допомогти клієнту зрозуміти, яким він хоче стати. Клієнтам під час консультування варто щиро оцінювати своє поводження, стиль життя і вирішити, яким образом і в якому напрямку вони хотіли б змінити якість свого життя.

М. Сох називає це "структуруванням процесу терапії", що може бути первинним і вторинної. Під первинним структуруванням мається на увазі особиста присутність консультанта (психотерапевта) у терапевтичному просторі і значення цієї присутності для клієнта. Вторинне структурування – це діяльність консультанта, що забезпечує максимальний рівень розкриття клієнтів. У першому випадку ми відповідаємо на запитання, ким є консультант, а в другому – що він робить. Структуруючи терапевтичний процес, консультант надає клієнту ініціативу в саморозкритті. Іноді ініціативу приходиться обмежувати, якщо консультант почуває, що в даний момент клієнт занадто енергійний. Іншими словами, консультант активує і контролює "потенціал розкриття" клієнтів.

Керуючись таким розумінням процесу консультування ми сформулювали найважливіші рольові функції консультанта:

* + побудова відносин із клієнтом на взаємній довірі;
	+ виявлення альтернатив саморозуміння і способів діяльності клієнтів;
	+ безпосереднє "входження" у життєві обставини клієнтів і їхні відносини зі значимими для них людьми;
	+ створення навколо клієнтів здорового психологічного клімату;
	+ постійне удосконалювання процесу консультування.

Якщо в такий спосіб загалом представити зміст ролі консультанта, стає очевидним, що дуже істотної складової процесу консультування є особистість консультанта.

## 2.2. Вимоги до особистості консультанта – модель ефективного консультанта

Особистість консультанта (психотерапевта) виділяється майже у всіх теоретичних системах як найважливіший цілющий засіб у процесі консультування. Підкреслюються то одні, то інші її риси. Відомий англійський психоаналітик угорського походження М. Balint у 1957 р. говорив про повне забуття того, що психотерапія – це не теоретичне знання, а навички особистості. Йому вторить не менш знаменитий представник гуманістичної психології С. Rogers (1961), підкреслюючи, що теорія і методи консультанта менш важливі, ніж здійснення їм своєї ролі. З. Фрейд на питання про критерії успішності психотерапевта відповів, що психоаналітику не обов'язкова медична освіта, а необхідна спостережливість і уміння проникати в душу клієнта. [8]

Отже, власне кажучи основна техніка психологічного консультування – це "я-як-інструмент", тобто основним засобом, що стимулює удосконалювання особистості клієнта, є особистість консультанта (А.Адлер: "техніка лікування закладена у Вас").

A. Storr [9] відзначає, що психотерапію і психологічне консультування прийнято вважати незвичайними професіями, оскільки багатьом людям важко представити, як можна цілими днями вислухувати чужі історії про нещасливе життя і труднощі. Тому представників цих професій чи вважають ненормальними, чи мирськими святими, що перебороли людську обмеженість. Ні перше, ні друге не є вірним. Звідси питання: "Хто такий консультант, а точніше, що являє собою консультант як людина, які вимоги пред'являються до нього як до особистості, що робить його професійним помічником у заплутаних проблемах інших людей?" Насамперед варто сказати, що ніхто не народжується психотерапевтом чи консультантом. Необхідні якості не вроджені, а розвиваються протягом життя.

Узагальнюючи сказане, підкреслимо, що ефективність консультанта визначається властивостями особистості, професійними знаннями і спеціальними навичками. Кожний з цих факторів забезпечує якісний консультативний контакт, що і є стрижнем психологічного консультування. У підсумку від консультативного контакту залежить остаточний ефект консультування – зміна особистості клієнта в процесі конструктивних дій консультанта. Анітрошки не применшуючи значення теоретичної і практичної підготовки, ми все-таки схильні віддати перевагу фактору особистості консультанта. У свій час М. Balint і Е. Balint писали, що знання можна одержати з книг чи лекцій, навички здобуваються в процесі роботи, але їхня цінність обмежена без удосконалювання особистості психотерапевта; психотерапія стає ремеслом, вимощеним добрими намірами, якщо її не піднімають на професійний рівень відповідні якості особистості психотерапевта.

Яким же повинне бути сполучення властивостей особистості, що найбільшою мірою забезпечувало б успіх консультування? Хоча досліджень у цій області досить багато, однак однозначної відповіді про властивості особистості, що сприяють ефективній роботі консультанта, на жаль, немає. Дуже часто при описі процвітаючого консультанта як професіонали, так і клієнти вживають побутові поняття: "відкритий", "теплий", "уважний", "щирий", "гнучкий", "терпимий". Починалися спроби виділити властивості особистості, необхідні консультанту для роботи з профвідбору. Національна асоціація професійної орієнтації США виділяє наступні властивості особистості (цит. по [9]):

* + прояв глибокого інтересу до людей і терпіння в спілкуванні з ними. Цей фактор характеризується як інтерес до людей у силу їхнього буття, а не тому, що деякі з них шизофреніки чи психопати;
	+ чутливість до установок і поводження інших людей;
	+ емоційна стабільність і об'єктивність;
	+ здатність викликати довіру інших людей;
	+ повага прав інших людей.

У 1964 р. Комітет з нагляду і підготовки консультантів США установив наступні шість якостей особистості, необхідних консультанту (цит. по: [8]):

* + довіра до людей;
	+ повага цінностей іншої особистості;
	+ проникливість;
	+ відсутність упереджень;
	+ саморозуміння;
	+ свідомість професійного боргу.

Ми акцентуємо такі особливості: чуйність, об'єктивність (неототожнення себе з клієнтами), гнучкість, емпатію і відсутність власних серйозних проблем. До особливо шкідливого для консультанта рис відноситься авторитарність, пасивність і залежність, замкнутість, схильність використовувати клієнтів для задоволення своїх потреб, невміння бути терпимим до різних спонукань клієнтів, невротичну установку у відношенні грошей.

На думку A. Storr [9], ідеальним психотерапевтом чи консультантом у стані бути симпатична людина, відвертий і відкритий почуттям інших; здатний ототожнюватися із самими різними людьми; теплий, але не сентиментальний, що не прагне до самоствердження, однак повинен мати свою думку і здатний її захистити; що вміє служити на благо своїм клієнтам.

Якщо продовжити огляд численних джерел літератури про властивості особистості, що необхідні консультанту, щоб надавати допомогу, являти собою каталізатор самопізнання, зміни й удосконалювання іншої людини, ми наблизимося до моделі особистості ефективного консультанта. Подібний перелік особистісних особливостей міг би послужити основою програми по підготовці консультантів. Мова йде, звичайно, про "рухливу" модель, оскільки кожен консультант має можливість її доповнити. Розглянемо фактори, здатні скласти ост такої моделі.

### Аутентичність.

A. Storr [9] називає аутентичність стрижневою якістю психотерапевта і найважливішою екзистенціальною цінністю. Він виділяє три основних ознаки аутентичного існування:

* повне усвідомлення дійсного моменту;
* вибір способу життя в даний момент;
* прийняття відповідальності за свій вибір.

Аутентичність у якомусь ступені узагальнює багато властивостей особистості. Насамперед, це вираження щирості стосовно клієнта. Аутентична людина жадає бути і є самим собою як у своїх безпосередніх реакціях, так і в цілісному поводженні. Вона дозволяє собі не знати усі відповіді на життєві питання, якщо їхній дійсно не знає. Вона не поводиться як закохана людина, якщо в даний момент почуває ворожість. Труднощі більшості людей у тім і полягають, що вони багато енергії витрачають на програвання ролей, на створення зовнішнього фасаду, замість того щоб використовувати її на рішення реальних проблем. Якщо консультант велику частину часу буде ховатися за професійною роллю, клієнт теж сховається від нього. Якщо консультант виконує роль тільки технічного експерта, відмежовуючи від своїх особистих реакцій, цінностей, почуттів, консультування буде стерильним, а його ефективність – сумнівною. Стикнутися з життям клієнта ми можемо, тільки залишаючись живими людьми. Аутентичний консультант найбільш придатна модель для клієнтів, що служить прикладом гнучкого поводження.

### Відкритість власному досвіду.

Тут відкритість розуміється не в змісті відвертості перед іншими людьми, а як щирість у сприйнятті власних почуттів. Соціальний досвід учить нас заперечувати, відкидати свої почуття, особливо негативні. Дитині говорять: "Замовчи, великі діти (чи хлопчики) не плачуть!" Дорослим навколишні говорять те ж: "Не плач!" чи "Не нервуй!" Тиск навколишніх змушує витісняти сум, дратівливість, злість. Ефективний консультант не повинний відганяти будь-які почуття, у тому числі і негативні. Тільки в такому випадку можна успішно контролювати своє поводження, оскільки витиснуті почуття стають ірраціональними, джерелом неконтрольованого поводження. Коли ми усвідомлюємо свої емоційні реакції, то можемо самі вибирати той чи інший спосіб поводження в ситуації, а не дозволяти неусвідомленим почуттям порушувати регуляцію нашого поводження. Консультант здатний сприяти позитивним змінам клієнта, тільки коли виявляє терпимість до всієї розмаїтості чужих і своїх емоційних реакцій.

### Розвиток самопізнання.

Обмежене самопізнання означає обмеження волі, а глибоке самопізнання збільшує можливість вибору в житті. Чим більше консультант знає про себе, тим краще зрозуміє своїх клієнтів, і навпаки – чим більше консультант пізнає своїх клієнтів, тим глибше розуміє себе. Невміння почути, що діється усередині нас, збільшує схильність стресу й обмежує нашу ефективність, крім того, зростає імовірність упасти жертвою задоволення в процесі консультування своїх неусвідомлених потреб. Дуже важливо реалістично відноситися до себе. Відповідь на питання, як можна допомогти іншій людині, криється в самооцінці консультанта, адекватності його відносини до власних здібностей і взагалі до життя.

### Сила особистості й ідентичність.

Консультант повинний знати, хто він такий, ким може стати, чого хоче від життя, що для нього важливо власне кажучи. Він звертається до життя з питаннями, відповідає на питання, поставлені йому життям, і постійно піддає перевірці свої цінності. Як у професійній роботі, так і в особистому житті консультанту не слід бути простим відображенням надій інших людей, він повинний діяти, керуючись власною внутрішньою позицією. Це дозволить йому почувати себе сильним у міжособистісних відносинах.

### Толерантність до невизначеності.

Багато людей незатишно почувають себе в ситуаціях, у яких бракує структури, ясності, визначеності. Але оскільки однієї з передумов становлення особистості є "прощання" людини зі звичним, відомим із власного досвіду і вступ на "незнайому територію", консультанту зовсім необхідна впевненість у собі в ситуаціях невизначеності. Власне кажучи саме такі ситуації і складають "тканину" консультування. Адже ми ніколи не знаємо, з яким клієнтом і проблемою зштовхнемося, які прийдеться приймати рішення. Впевненість у своїй інтуїції й адекватності почуттів, переконаність у правильності прийнятих рішень і здатність ризикувати – усі ці якості допомагають переносити напругу, створювана невизначеністю при частій взаємодії з клієнтами.

### Прийняття особистої відповідальності.

Оскільки багато ситуацій у консультуванні виникають під контролем консультанта, він повинний нести відповідальність за свої дії в цих ситуаціях. Розуміння своєї відповідальності дозволяє вільно і свідомо здійснювати вибір у будь-який момент консультування – погоджуватися з доводами клієнта чи вступати в продуктивне протистояння. Особиста відповідальність допомагає більш конструктивно сприймати критику. У таких випадках критика не викликає механізмів психологічного захисту, а служить корисним зворотним зв'язком, що поліпшує ефективність діяльності і навіть організацію життя.

### Про глибину відносин з іншими людьми.

Консультант зобов'язаний оцінювати людей – їхні почуття, погляди, своєрідні риси особистості, але робити це без осуду і наклеювання ярликів. Такий характер відносин із клієнтами дуже важливий, проте варто взяти до уваги страхи, що переживає більшість людей, намагаючись зав'язати близькі, теплі відносини з іншими. Деяким здається, що вираження позитивних почуттів зобов'язує, обмежує волю, робить уразливим. Когось страшить неприйняття партнером позитивних почуттів, відхилення їх, тому більш безпечною представляється відстрочка поглиблення міжособистісних відносин. Ефективному консультанту далекі такі страхи, він здатний вільно виражати свої почуття перед іншими людьми, у тому числі і перед клієнтами.

### Постановка реалістичних цілей.

Звичайно успіх спонукує ставити перед собою великі цілі, а невдача, навпаки – опустити нижче планку домагань. Іноді цей механізм самозахисту порушується, і тоді занадто велика мета буде заздалегідь приречена на невдачу чи прагнення до незначної мети не доставить ніякого задоволення. Отже, ефективний консультант повинний розуміти обмеженість своїх можливостей. Насамперед, важливо не забувати, що будь-який консультант незалежно від професійної підготовки не всемогутній. У дійсності жоден консультант не здатний побудувати правильні взаємини з кожним клієнтом і допомогти всім клієнтам вирішити їхні проблеми. Такий наївний оптимізм може стати причиною "холодного душу" у повсякденному консультуванні і постійно викликати почуття провини. Консультант повинний відмовитися від нереального прагнення стати бездоганним. У консультуванні ми завжди можемо виконувати свою роботу "добре", але не ідеально. Той, хто не в змозі визнати обмеженість своїх можливостей, живе ілюзіями, що здатний цілком пізнати і зрозуміти іншу людини. Такий консультант постійно звинувачує себе за помилки замість витягу корисних уроків, і в результаті його діяльність неефективна. Якщо ми допускаємо власну обмеженість, то уникаємо непотрібної напруги і почуття провини. Тоді відносини з клієнтами стають більш глибокими і реалістичними. Правильна оцінка власних можливостей дозволяє ставити перед собою досяжні цілі.

Узагальнюючи обговорені вище вимоги, пропоновані до особистості консультанта, можна стверджувати, що ефективний консультант – це насамперед зріла людина. Чим різноманітніше в консультанта стиль особистого і професійного життя, тим ефективніше буде його діяльність. Іноді виражати почуття і попросту слухати, що говорить клієнт, – це найкраще, але небезпечно обмежуватися тільки такою тактикою консультування, часом необхідно вступати з клієнтом у конфронтацію. Іноді варто інтерпретувати його поводження, а часом і спонукувати клієнта тлумачити зміст свого поводження. Часом у консультуванні потрібна директивність і структурованість, а іноді можна дозволити собі захопитися бесідою без визначеної структури. У консультуванні, як і в житті, варто керуватися не формулами, а своєю інтуїцією і потребами ситуації. Така одна з найважливіших установок зрілого консультанта.

Змальована нами модель ефективного консультанта з першого погляду може показатися занадто величною і далекою від дійсності. При цьому напрошується твердження, що риси ефективного консультанта збігаються з рисами процвітаючої людини. До такої моделі і повинний прагнути консультант, якщо бажає бути не технічним ремісником, а художником психологічного консультування. Нарешті, властивості особистості ефективного консультанта можуть бути і метою психологічного консультування – поява цих властивостей у клієнта в цьому випадку стає показником ефективності консультування.

## 2.3. Професійна підготовка консультанта

Одне з найважливіших вимог професійної етики – це компетентність консультанта. У зв'язку з цим виникають питання: "Яка професійна підготовка може забезпечити компетентне консультування?" і "Який досвід необхідний претенденту на роль консультанта? У багатьох країнах статус консультанта визначається ліцензією, що надає формальне право займатися професійною діяльністю. Щоб одержати її, треба пройти офіційну академічну програму професійної підготовки, проробити визначену кількість годин під спостереженням кваліфікованого фахівця і мати встановлений мінімум професійного досвіду. Така система ліцензування обмежує можливість займатися практикою особою, що не має відповідної кваліфікації. Однак ліцензія, на жаль, не гарантує, що консультант ефективно і компетентно справиться зі своїми обов'язками. При навчанні психотерапії і психологічному консультуванню поряд з необхідністю придбання відповідної теоретичної бази під кваліфікованим керівництвом часто підкреслюється важливість поглиблення самопізнання консультанта (психотерапевта).

М. Сох говорить що життєвий досвід консультанта інтегрується зі зростаючим багажем професійних знань на основі заглибленого самопізнання. Навіть відмінно підготовленому консультанту не однаково легко з усіма людьми, зате йому гарантований душевний комфорт.

Розвитку самопізнання сприяє великий і інтенсивний курс індивідуальної і групової терапії, особливо в групах, орієнтованих на удосконалювання особистості.

Кожен консультант до початку професійної діяльності, а також у процесі роботи повинний пройти особисту терапію, тобто вирішувати свої проблеми при сприянні досвідченого професіонала. Як відомо, у психоаналізі триваючий до декількох років самоаналіз є найважливішою ланкою професійної підготовки психоаналітика. Досвід особистої терапії важливий по двох причинах. По-перше, тому, що консультант, як і будь-яка людина, має у своїй особистості "білі плями": непізнані, неусвідомлювані аспекти самості, внутрішні конфлікти, більш глибоке пізнання і вирішення яких сприяє становленню ефективного консультанта. Консультанту дуже корисне самоспостереження під контролем іншого професіонала за переживанням таких значимих подій у житті, як любов, секс, насильство, сімейні відносини, влада, смерть і т.д. Це не означає, що особистість консультанта повинна бути "розібрана по кісточках". Мається на увазі необхідність достатнього саморозуміння, перш ніж знадобиться допомога. Проте було б занадто крайнім твердження, що, приступаючи до консультування, варто позбутися від усіх внутрішніх конфліктів. Важливо розуміти суть конфліктів і як вони позначаються на відносинах із клієнтами. Адже якщо консультант у своєму особистому житті з працею стримує злість чи не розуміє, чому постійно відчуває провину, то велика імовірність аналогічних реакцій і в процесі консультування. Якщо консультанта гнітить вантаж минулих оман чи насущні турботи, хіба зможе він допомогти клієнту позбутися від подібних проблем? У дійсності ми не просунемося з клієнтом далі пройденого нами шляху.

Консультування в колеги-професіонала коштовно і перед початком діяльності, оскільки постійні зіткнення з різноманітними проблемами клієнтів нерідко розкривають наші старі конфлікти, витиснуті почуття. Починаючого консультанта нерідко мучить почуття професійного безсилля. Це теж вимагає визначеної допомоги колег. Інша важлива перевага особистої терапії полягає в тім, що консультант входить у роль клієнта і здобуває відповідний досвід. Як затверджує A. Storr [9], доктор наближається до досконалості, якщо він теж був пацієнтом.

Особиста терапія представляє унікальну можливість побачити процес консультування і психотерапії очима клієнта. Тільки в такий спосіб консультант може довідатися, що таке занепокоєння, зв'язане із самоаналізом, що таке переміщення і як воно діє і т.п. Побувавши в ролі клієнта, консультант значно краще представляє весь спектр внутрішніх переживань, що виникають під час консультування.

Як в індивідуальній, так і в груповій терапії з майбутніми і вже працюючими консультантами важливо також виділити питання, зв'язані з більш глибоким усвідомленням специфіки професії, звернути увагу на причини і мотиви, які привели їх в професію. Консультант повинний продумати наступні питання:

* чому я вибрав професію консультанта?
* якими потребами обумовлений мій вибір?
* яку користь я прагну витягти зі своєї професії?
* як зможу я сполучити свої потреби з потребами клієнтів?

Можливі й інші питання, що стосуються особистості консультанта і його проблем:

* які в мене проблеми і як я їх вирішую?
* який вплив ці проблеми можуть зробити на мою роботу?
* які мої цінності і як вони позначаються на стилі консультування?
* як я використовую свою силу?
* яким людям я більше подобаюся і хто подобається мені?
* кому я не подобаюся і хто не подобається мені?
* яке враження я роблю на інших людей?

Спроба відповісти на ці питання в процесі індивідуальної чи групової терапії допоможе краще пізнати і зрозуміти себе, а це значить — стать більш ефективним консультантом.

# Емпіричне дослідження

## Тема: “Дослідження сучасних стереотипів відносно особистості та професійної діяльності психолога”

# Мета, задачі, об’єкт та предмет дослідження

Об'єкт дослідження: стереотипи.

Предмет дослідження: характеристика особистості та професійної діяльності психолога.

Мета: дослідити сучасні стереотипи відносно особистості та професійної діяльності психолога.

Задачі:

* 1. вивчити та провести аналіз існуючих точок зору на стереотипи;
	2. вивчити та провести аналіз існуючих вимог до особистості та діяльності психолога;
	3. дослідити сучасні стереотипи відносно особистості та професійної діяльності психолога;
	4. виходячи з проведеної роботи скласти власну приблизну модель ефективного консультанту.

В якості основних піддослідних була вибрана група пересічних мешканців міста Кіровограда з 500 чоловік: жінок – 250 осіб; чоловіків – 250 осіб; середній вік – 30 років, рівні освіта – в рівному співвідношенні.

# Методика дослідження

Для проведення даного дослідження ми використали метод анонімного стандартизованого усного інтерв’ювання перехожих людей не вулицях міста за такими питаннями[[5]](#footnote-5):

* чи є ви мешканцем цього міста?
* скільки вам років?
* яка ваша освіта?
* чи є серед ваших друзів чи знайомих психологи, які б працювали за своєю професією?
* чи звертались ви коли-небудь до психолога?
* що, на вашу думку, характеризує особистість психолога?
* на вашу думку, в чому полягає суть роботи психолога?

Відповіді на запитання фіксувалися за допомогою диктофону.

# Аналіз результатів дослідження

З опитаних нами 500 чоловік до психолога у минулому зверталися лише 89 чоловік, що складає 17,8 %. А 46 чоловік з опитаних (9,2%) мають серед своїх знайомих вже працюючих психологів.

# Аналіз результатів відносно діяльності психолога

В процесі дослідження нами було встановлено, що стереотипи людей, які мають досвід роботи з психологом (були хоча б раз на консультуванні – група А), відрізняють від стереотипів тих, хто ніколи не був на консультуванні (411 чоловік, 82,8% – група Б), та тих хто має серед своїх друзів психологів (група В).

Людей з групи А можна розділити на 2 підгрупи: ті, які були задоволені результатами роботи (підгрупа 1 – 62 чоловіка – 12,4% від загальної кількості опитаних і 69,6% від тих хто має досвід роботи з психологом) і ті, хто був невдоволений (підгрупа 2 – 27 чол. – 5,4% – 30,3%). Відповідно, перші приходили на консультуванні стільки разів, скільки було необхідно, а другі – були лише раз і більше не хочуть ніколи звертатися.

У підгрупи 1 відносно роботи психолога не було виявлено ніяких стереотипів, люди називали лише дійсні характеристики та обов’язки роботи психолога.

У підгрупи ж 2 були такі стереотипи, ніби психолог на консультуванні дає якісь поради, повинен вирішувати проблеми за клієнта, "бо навіщо тоді я до нього звернувся?" [цит. зі слів опитаних], розповість про ставлення до клієнта членів його родини/близьких, ніби як ворожка. А найчастіше зустрічалася у цій групі думка, що психолог – це взагалі шарлатан, який "нічого особливого не робить, а тільки гроші на людях заробляє".

Серед людей групи В близько половини опитаних мали реальні уявлення про діяльність та обов’язки психолога, інша ж половина мала схожі з підгрупою 2 стереотипи, але менш агресивні: жоден з опитуваних не виказав думки, що психолог нічим не займається, а висловлювались з повагою до психологів та їх праці.

Люди з групи Б (ніколи не були на консультуванні) виказували такі ж стереотипи як і опитані з підгрупи 2, але в них ще у 84,9 % (349 чоловік) виказали думку, що до психолога звертаються лише з психічними патологіями, хворі люди: "здоровый, нормальный человек сам в состоянии решить свои проблемы" [цит. з слів опитаних]

# Аналіз результатів відносно особистості психолога

Люди з груп В мали такі стереотипи[[6]](#footnote-6):

психолог – це людина, яка:

* доброзичлива, привітна до всіх, ніколи не відмовить у допомозі;
* *завжди* тебе вислухає;
* має здатність зрозуміти почуття іншого;
* має характерний стиль мовлення, особливу інтонацію, тон голосу (вкрадливий, спокійний, довірливий, "як в фільмах у психоаналітиків" [з слів опитаних]).

У групі А були виявлені такі ж стереотипи, як і в групі В, а також люди вважали, що психолог, це "надлюдина", яка має якісь надприродні здібності (крім перерахованого вище) "бачити людину наскрізь", здатність "при першому погляді на людину бачити всі його проблеми, особистісні характеристики". Таку думку поділяли усі з підгрупи 2 та лише 5 чоловік з підгрупи 1 (7,2 % від підгрупи, 5,6% від групи А і 1% від загальної вибірки), інші в цій підгрупі нічого особливого назвати не могли.

Група Б має ті ж спільні з групою В стереотипи, а також мають таку особливість: 341 чоловік (83% від групи, 68,2 % – від загальної вибірки) вважають, що психологів слід "обходить стороной" [зі слів опитаних], тому що вони тільки й прагнуть, що "затащить к себе в клиенты" або "затащить на консультирование".

# ВИСНОВОК

На нашу думку, отримані під час дослідження результати не є позитивними. В людей, які ніколи не були на консультуванні переважає негативне ставлення до психологів. До них приєднують люди з підгрупи 2. В них, на нашу думку, негативне ставлення до психологів через те, що під час єдиної зустрічі з консультантом їхні стереотипи не були зруйновані та, відповідно, очікування щодо діяльності психолога не виправдалися, що й стало причиною того, що люди вважають, ніби психологи нічим не займаються. А можливо ці люди просто потрапили до некваліфікованих психологів або взагалі не психологів за освітою, а лише працюючих на цій посаді.

**ЗАКІНЧЕННЯ**

В нашій роботі викладені основні погляди на людські стереотипи, описані їх основні класи, параметри, властивості, функції та методи виявлення. Також розглянуті деякі точки зору відносно особистості та діяльності психолога. Після чого було проведено дослідження, метою якого було встанови, які ж в дійсності у мешканців нашого міста існують думки та стереотипи відносно того, чим займається психолог та які особистісні характеристики його можуть вирізняти. На підставі чого, ми вважаємо, що рівень освіченості людей відносно роботи психолога недостатній. Люди, які ніколи не були на консультуванні, дуже часто виказують негативне ставлення до психологів. До них приєднуються ті, хто має досвід роботи з психологом але через їхню некомпетентність, або ж через власне небажання розставатися з своїми стереотипами вважають психологів просто непотрібними. Але якщо люди ніколи не були на консультуванні і мають негативні стереотипи та агресивне відношення до них, то як же вони зможуть зруйнувати власні стереотипи, якщо вони категорично проти йти на консультування, де вони б мали таку змогу? Як довело наше дослідження, люди, які були на консультуванні, не мають такого негативного ставлення та розуміють необхідність такої професії.

Ми бачимо вихід зі цієї ситуації в тому, щоб підвищувати рівень поінформованості людей відносно діяльності психологів, проводити лекції та бесіди хоча б з колективами на підприємствах, а з учнями навчальних закладів це б ще й могло носити професійно-просвітний та орієнтовний характер.

**Список літератури**

1. Байбурин А.К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения// Этнические стереотипы поведения. Л., 1985. с. 7-21.
2. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: институт социологии РАН, 1999. 189 с.
3. Психологический словарь. Под ред. А. В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М., 1990 г.
4. Электронная версия статьи: Демьянков В.З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. С.177-179.
5. Ольшанский Д.В. Психология массы. СП-б., "Питер"., 2001г.
6. Г.Тард "Теория подражания", СП-б.

а також русифіковані версії книг:

1. Dahlgren K. 1978 – The nature of linguistic stereotypes // Papers from the parasession on the lexicon. - Chicago: CLS, 1978. P.58-70.
2. Quasthoff U.M. 1989 – Ethnozentrische Verarbeitung von Informationen: Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation // Wie verstehen wir fremdes: Aspekte zur Klarung von Verstehensprozessen: Dokumentation eines Werkstattgesprachs des GoetheInstituts Munchen vom 24.-28. November 1988. - Munchen: Iudicium, 1989. S.37-62.
3. Storr A. The Art of Psychotherapy. N. Y.: Methuen, 1980.
1. Трифонов Е.В., 1978 р. [↑](#footnote-ref-1)
2. РОЛЬ (у соціальній психології) (від франц. rуle) - соціальна функція особистості; відповідний прийнятим нормам спосіб поводження людей у залежності від їхнього статусу чи позиції в суспільстві, у системі міжособистісних відносин. Поняття ролі ввів у соціальну психологію Д. Мід. Індивідуальне виконання людиною ролі має визначене "особистісне фарбування", що залежить, насамперед, від його знань і уміння знаходитися в даній ролі, від її значимості для нього, від прагнення в більшому чи меншому ступені відповідати чеканням навколишніх. Діапазон і кількість ролей визначаються різноманіттям соціальних груп, видів діяльності і відносин, у які включена особистість, її потребами й інтересами. Розрізняють ролі соціальні, обумовлені місцем індивіда в системі об'єктивних соціальних відносин (ролі професійні, соціально-демографічні й ін.). і ролі міжособистісні, обумовлені місцем індивіда в системі міжособистісних відносин (лідер, відторгнений та ін.). Виділяють також ролі активні, що виконуються в даний момент, і латентні, що не виявляються в даній ситуації. Крім того, розрізняють ролі інституціоналізовані (офіційні, конвенціональні), зв'язані з офіційними вимогами організації, у яку входить суб'єкт, і стихійні, зв'язані зі стихійно виникаючими відносинами і видами діяльності.[3] [↑](#footnote-ref-2)
3. УСТАНОВКА [1. attitude; aim (at), purpose; directive; plant, set] 1. Аттитюд. Стан готовності людини певним чином сприймати, оцінювати інформацію, приймати рішення і діяти. 2. Ціль, орієнтація. 3. Провідна вказівка, директива. [↑](#footnote-ref-3)
4. що викривлюють достовірність висновків комунікативних ефектів. [↑](#footnote-ref-4)
5. попередньо ми коротко розповідали кожній людині про суть нашого дослідження та з’ясовували чи згодна вона прийняти в ньому участь [↑](#footnote-ref-5)
6. найчастіші [↑](#footnote-ref-6)