

## Филологические науки

ID: 2015-12-4017-A-5648

Краткое сообщение

Решетникова Е.А., Силантьева М.С.

### Профессиональный автостереотип в предствлении будущих и действующих провизоров (сравнительный анализ результатов ассоциативного эксперимента)

ГБОУ ВПО ПГФА Минздрава России, кафедра латинского языка, г. Пермь

#### Резюме

В статье рассматривается профессиональный автостереотип *провизор*. Материалом для исследования послужили письменные тексты, полученные в результате свободного ассоциативного эксперимента среди сотрудников аптек и студентов, обучающихся по специальности «Фармация». Основные черты автостереотипа *провизор*, по результатам эксперимента, составляют доброжелательность, отзывчивость, образованность, грамотная, чёткая речь.

**Ключевые слова:** профессиональный стереотип, автостереотип, ассоциативный эксперимент

#### Введение

В этнопсихологии и этнокультурологии существует понятие автостереотипа, под которым понимается мнение, суждение, оценка представителями этноса самих себя [1]. Энциклопедический словарь по психологии общения под редакцией А.А. Бодалева определяет автостереотип как «образ, который этническая группа имеет о самой себе, а гетеростереотип как образ, который группа имеет о другой этнической группе. Автостереотипы обычно более позитивны, дифференцированы и комплексны в сравнении с гетеростереотипами» [2]. В то же время обобщенный образ типичного представителя определенной профессии в психологии принято обозначать термином *профессиональный стереотип* – «обобщенное убеждение человека относительно членов какой-либо профессиональной группы» [3]. В том случае, когда представитель определенной профессии составляет мнение о собственной профессиональной группе, уместно использовать термин *профессиональный автостереотип*, под которым в данной работе понимается образ, имеющийся у представителей определенной профессии о самих себе. Данный термин использован в работе российского психолога В.Ф. Петренко [4, с.134].

Провизор – это профессионал, деятельность которого связана с жизнью и здоровьем человека, с оказанием консультативной помощи врачам и пациентам по вопросам применения лекарственных средств. От того, какой типичный образ этой профессиональной группы складывается у населения страны, возможно, зависит доверительное отношение людей к аптекам, лекарственным препаратам, к фармацевтической отрасли в целом.

**Цель исследования:** составить профессиональный автостереотип провизора с помощью серии ассоциативных экспериментов, проведенных среди аптечных работников и студентов, обучающихся по специальности «Фармация».

Поставленная цель потребовала решить ряд задач, одна из которых – сравнительный анализ образов типичного провизора, составленных профессионалами (сотрудники аптек) и будущими специалистами (студенты фармвуза).

#### Материал и методы

Основным методом исследования был выбран метод свободного описания – составление свободного вербального текста в ответ на инструкцию, предъявленную участникам эксперимента: «Опишите, каким Вы представляете себе типичного провизора: его пол, возраст, характер, внешность, речь – всё, что приходит в голову, когда Вы слышите это слово».

В первой серии экспериментального исследования, результаты которого изложены в статье «Профессиональный стереотип *провизор* глазами современных студентов» [5], приняли участие студенты Пермской государственной фармацевтической академии и студенты других вузов г. Перми и г. Ижевска.

Во второй серии эксперимента мы провели сравнительный анализ результатов анкетирования в двух группах респондентов: первую группу составили студенты-первокурсники Пермской государственной фармацевтической академии, вторую – специалисты с фармацевтическим высшим образованием, работники аптек г. Перми.

Отличаются ли стереотипные представления о профессии провизора у тех, кто только собирается стать провизором, и у тех, кто уже работает в этой сфере? Обсудим результаты ассоциативного эксперимента.

#### Результаты

Анализируя тексты, полученные в процессе анкетирования, мы обнаружили, что содержащиеся в них характеристики описывают типичного фармацевта по пяти параметрам: гендер, возраст, внешность, личностные (профессиональные) качества и речевая характеристика. Сравним ответы респондентов каждой группы по этим параметрам.

##### 1. Гендер.

Анкетирование показало, что 62% опрошенных сотрудников аптек не считают отнесение к конкретному полу решающим фактором в определении стереотипа провизора. Однако 31% респондентов все же уверен, что типичный провизор – женщина. Лишь 7% работающих провизоров из числа опрошенных написали, что типичный работник аптеки – мужчина.

Среди студентов большинство опрошенных (70%) уверены, что типичный провизор – женщина. Лишь 20% респондентов отнесли типичного представителя этой профессии к мужскому полу. Еще 10% участников исследования утверждают, что гендер не является существенным для характеристики типичного провизора.

Таким образом, среди будущих представителей профессии преобладает мнение о том, что современный провизор – это типично женская профессия, в то время как профессионалы не относят этот критерий к числу определяющих. Различие мнений в двух группах анкетированных, возможно, следует объяснить тем, что студенты в первую очередь знакомятся с работой провизора, стоящего за первым столом. Эту работу, как правило, выполняют женщины. Действующий же сотрудник аптеки уверен, что сфера деятельности фармацевта не ограничивается продажей лекарственных средств в аптечных учреждениях, что это не только женская, но и мужская профессия.

### **2. Возраст.**

Большинство участвовавших в исследовании работников аптек (62%) снова утверждают, что этот критерий не является значимым. 15% профессионалов из числа опрошенных уверены, что типичные провизоры – молодые специалисты в возрасте от 20 до 30 лет. Еще 15% участников анкетирования указали типичный возраст провизора от 30 до 35 лет, а 7% участников опроса выделяют более зрелый возраст – от 35 до 40 лет.

По данным опроса среди первокурсников, средний возраст типичного провизора составляет 32 года. Следовательно, по представлениям студентов, типичный провизор – это человек зрелого, но не пожилого возраста.

Мы видим, что мнения будущих и действующих фармацевтов разделились: профессионалы не придают особого значения возрасту, а студенты представляют себе провизора как человека зрелого возраста. Очевидно, на результаты анкетирования повлиял возраст самих опрошенных: для студента работающий в аптеке человек кажется более взрослым, чем он сам, а сотрудники аптек, работая в разновозрастном коллективе, затрудняются определить средний возраст типичного провизора.

### **3. Внешний вид.**

Абсолютное большинство провизоров, участвовавших в эксперименте, отметили *опрятность* или *аккуратность* как основу внешнего вида типичного провизора. На втором месте (31%) по частоте реакций у специалистов стоит ответ «*наличие белого халата*». Менее популярный ответ (15%) – *стройная фигура*. Реже встречались ответы «*наличие очков*» (7%) и «*блеск в глазах / горящий взгляд*» (7%).

Больше трети (39%) студентов, описывая внешний вид провизора, указали на *выглаженный белый халат и очки*.

Таким образом, мнения студентов и провизоров практически совпали: обе группы в стереотипном облике провизора подчёркивают опрятность, аккуратность и наличие белого халата.

### **4. Личностные (профессиональные) качества.**

Среди качеств, характерных для типичного провизора, названных сотрудниками аптек, лидируют *воспитанность* (указали 50% опрошенных), *отзывчивость* – ее отметили 38% участников опроса, *умение слушать и слышать* покупателей, *доброта и улыбочность* (встретилось в 23% ответов). 31% опрошенных назвали типичными такие качества, как *образованность* и *компетентность в профессиональной сфере*. 7% указали в качестве типичной черты провизора *начитанность*.

Среди студентов 50% респондентов приписывают типичному провизору такие качества, как *доброжелательность*, *вежливость*, *отзывчивость*. Около трети (30%) анкетированных написали в ответах прилагательные *умный* или *образованный*, отметив интеллект как важную черту типичного провизора. Профессиональные качества провизора содержатся в студенческих ответах, описывающих профессиональные знания, умения и навыки («*хорошо разбирается в лекарственных препаратах*» – 27% опрошенных, «*использует профессиональные термины*» – 12% респондентов).

В обеих группах участников эксперимента в качестве черт, присущих типичному провизору, указаны *доброжелательность*, *отзывчивость*, *компетентность* и *образованность*.

### **5. Речевая характеристика.**

По мнению провизоров, речь типичного работника аптеки *чёткая* (так считает 31% опрошенных), *спокойная*, *доступная для понимания*, *приятная на слух* (15% ответов), *грамотная* (7% ответов).

По мнению студентов, речь типичного провизора *доступная для понимания* (23% ответов), *красивая*, *правильная* (22% опрошенных), *культурная*, *вежливая* (10% респондентов).

Сравнивая ответы студентов и «профессионалов» по данному параметру, мы видим, что обе группы респондентов типичным свойством речи провизора считают её доступность для понимания и правильность. Интересно, что воспитанность и вежливость, отмеченные как типичные личностные качества, в характеристике речи нашли отражение в относительно небольшом количестве анкет.

Таким образом, «портреты» типичного провизора, созданные действующими работниками и студентами, обучающимися данной профессии, отличаются незначительно по параметрам *пол* и *возраст*. Проведенное исследование также подтвердило гипотезу о позитивном характере автостереотипа. В целом, согласно результатам экспериментального исследования, складывается следующий *автостереотип профессии провизора*: это молодой, образованный специалист, опрятной /приятной внешности, владеющий чёткой дикцией и проявляющий вежливость к посетителям аптеки.

### **Литература**

1. Прохоров Б.Б. Экология человека. Понятийно-терминологический словарь. – Ростов-на-Дону, 2005. – [Электронный ресурс] . – URL: [http://human\\_ecology.academic.ru/1786](http://human_ecology.academic.ru/1786) (дата обращения: 12.11.2015).
2. Психология общения. Энциклопедический словарь. / Под общ. ред. А.А. Бодалева. – [Электронный ресурс] . – URL: <http://www.psyoffice.ru/6-1095-yetnicheskie-stereotipy.htm> (дата обращения: 12.11.2015).
3. Вачков И. Профессиональные стереотипы: выдумка или реальность? // Школьный психолог: журнал Издательского дома «Первое сентября». – №17 (137), 2003-09-07. – [Электронная версия]. – URL: <http://psy.1september.ru/article.php?ID=200301712> (дата обращения: 29.03.2015).
4. Петренко В.Ф. Семантический анализ профессиональных стереотипов // Вопросы психологии. – 1986. – № 3. – С. 133 – 143.
5. Решетникова Е.А. (научный руководитель – к. филол. н. Силантьева М.С.) Профессиональный стереотип «провизор» глазами современных студентов // Вестник Пермской государственной фармацевтической академии: научно-практический журнал. – 2015. – № 15. – С. 359 – 361.