

Національний університет “Чернігівський колегіум”
імені Т.Г. Шевченка
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ТА
СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ
Кафедра загальної, вікової та соціальної психології
імені М.А. Скока

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
освітнього ступеня “магістр”
на тему
**ВІКОВА СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ
ПРО УСПІШНУ ЖІНКУ**

Виконав:
студент II курсу, 61 групи
053 Психологія
Саченко Людмила Володимирівна

Науковий керівник:
Дроздова Марина Анатоліївна
канд.психол.наук, доцент

Захищено з оцінкою _____

Голова ЕК _____

Чернігів
2023

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 “__” _____ 2023 року. Студент(ка) допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри _____

ЗМІСТ

Вступ.....	3
-------------------	----------

РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО УСПІХ

1.1. Аналіз феноменів соціальних уявлень та стереотипів про успішну жінку.....	5
1.2. Соціальні уявлення про успіх.....	13
Висновки до розділу 1.....	19

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРО УСПІШНУ ЖІНКУ У ПРЕДСТАВНИКІВ РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП

2.1. Методика та процедура дослідження.....	20
2.2. Отримані результати та їхній аналіз.....	21
2.3. Практичне впровадження результатів.....	39
Висновки до розділу 2.....	50

ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	56

Вступ

Актуальність теми. У сучасному суспільстві зростає увага до проблем успіху, сьогодні ми все частіше чуємо, що людина повинна бути активним творцем свого життя, потенціал духовної, моральної, емоційно-вольової, фізичної й інтелектуальної енергії - величезний, здібності її безмежні, однак без належного виявлення і цілеспрямованого розвитку вони швидко згасають. Формування образу успішної людини є важливим для визначення особистістю власних цілей, майбутнього, а також уявлень про те, які шляхи є прийнятними для досягнення своїх мрій. Саме це зумовлює актуальність вивчення змісту соціальних уявлень про успішну людину, по відношенню до яких уявлення про успіх часто виступають як стратегія від цілеспрямованості до саморозвитку.

Особливо актуальним є питання успіху жінок, яке в даний час широко обговорюється в суспільстві. Успіх – це не лише результат, але й процес руху на шляху до його досягнення, розвиток можливостей жінки, розкриття її потенціалу. Уявлення про успішну жінку в суспільстві не тільки різняться в залежності від віку і статі, але також визначають сприйняття жінками свого місця в суспільстві та їхніх особистих досягнень на різних етапах життя. Досягнення успіху традиційно асоціювалися з чоловіками, що визначалося в їхніх професійних досягненнях, тоді як роль жінки часто обмежувалася сімейними функціями. Сьогодні сучасна жінка з легкістю опановує будь-яку сферу діяльності, проявляючи свої здібності та реалізуючи себе як в професійній, так і особистій сфері життя. На нашу думку, вивчення цієї теми має велике значення для кращого розуміння та підтримки жінок на різних етапах їхнього життя в сучасному світі. Результати дослідження допоможуть краще зрозуміти, як сприймається успіх жінок в суспільстві та як це сприяє формуванню стереотипів і соціокультурних норм.

Об’єктом дослідження – виступає феномен соціальних уявлень.

Предметом дослідження – є зміст соціальних уявлень про успішну

жінку у представників різних вікових груп.

Метою дослідження є виявлення змістовної специфіки соціальних уявлень про успішну жінку серед представників молоді та середнього віку.

Відповідно до поставленої мети було визначено **основні завдання дослідження**:

1. Теоретико-методологічний аналіз соціальних уявлень про успіх.
2. Організація та проведення емпіричного дослідження, спрямованого на з'ясування специфіки соціальних уявлень серед різних вікових груп.
3. Проведення статистичного та якісного аналізу отриманих результатів.
4. Визначення напрямків практичного впровадження результатів, формулювання висновків.

Теоретико-методологічною основою дослідження є концептуальні положення зарубіжних дослідників С.Московічі, Д.Жоделе, Ж-К.Абріка щодо феномена соціальних уявлень.

Методи дослідження. В ході дослідження було використано комплекс теоретичних (аналіз, узагальнення, класифікація), емпіричних (анкетування, контент-аналіз), математико-статистичних (частотний аналіз) методів.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (20 найменувань) та додатків.

У першому розділі наведено результати теоретичного аналізу проблеми, проаналізовано сутність феноменів соціальних уявлень та стереотипів, уявлень про успіх.

У другому розділі міститься опис процедури емпіричного дослідження, отриманих результатів, запропоновано шляхи їхнього практичного впровадження. Загальний обсяг роботи становить 56 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО УСПІХ

1.1. Аналіз феноменів соціальних уявлень та стереотипів

На початку XX століття відомі психологи та соціологи вказували на необхідність вивчення соціальних уявлень індивідів про навколишню дійсність. Соціальні уявлення – це спосіб, яким особистість сприймає та розуміє навколишній світ, надаючи сенс незнайомим об'єктам, подіям та явищам. Вони виконують роль механізму свідомості, допомагаючи особистості осмислювати те, що відбувається навколо неї. Соціальні уявлення допомагають людям орієнтуватися в фізичному та соціальному середовищі та впливають на їхню поведінку [10].

Концепція соціальних уявлень є сьогодні однією з найвпливовіших теоретичних моделей західноєвропейської соціальної психології. Цю концепцію пов'язують з ім'ям французького психолога С. Московічі, а ширше, із "французькою дослідницькою школою", (Ж.–П. Кодол, Д.Жоделе та ін.) [1]. В трактовці Сержа Московічі соціальні уявлення є когнітивними системами зі своєю логікою та твердженням. Вони виступають інструментом пізнання соціального світу, способом опосередкування поведінки і засобом адаптації нового до наявної картини світу особистості [19].

Жан-Клод Абрік у визначенні соціального уявлення вводить вказівку його змісту і детермінант: «...уявлення – це організована сукупність думок, установок, вірувань та інформації, що стосуються об'єкта або ситуації. Воно детерміновано одночасно самим суб'єктом (його історією, життям), соціальною та ідеологічною системою, до якої він долучений, і природою зв'язків суб'єкта з соціальною системою».

Французькі соціальні психологи на чолі з С.Московічі поставили завдання зробити соціально–психологічну науку дійсно соціальною

дисципліною. Для цього вона повинна вивчати реальні соціальні відносини з психологічних позицій, де уявлення не є простим віддзеркаленням оточуючого світу, а продуктом і процесом активного соціально-психологічного відтворення дійсності. Тому предметом соціальної психології повинен бути зміст, що має очевидну соціальну цінність, а також відображає свою область реальності, яка б не пересікалась з областями інших наук. Такою реальністю і предметом С. Московічі вважав соціальні уявлення як “універсальний соціально–психологічний феномен, що включає всі форми пізнання”, що поєднує ідеї, думки, образи і знання які виникають у повсякденному житті у процесі міжособистісного спілкування [4].

С. Московічі порівнює соціальні уявлення з буденним знанням, люди обмінюються ними одне з одним, оновлюють їх на основі власного досвіду, щоб за їх допомогою пояснити те, що відбувається у світі. Індивід мислить і виражає свої почуття в рамках домінуючих у суспільстві уявлень [19]. Будь-які форми переконань, ідеологічних поглядів, знань, включаючи науку, тією чи іншою мірою є соціальними уявленнями. Він визначає структуру соціальних уявлень, розглядаючи поняття "ядро" і "периферія".

- **Ядро (Core):** Це центральна частина соціальних уявлень, яка представляє собою стійкі та структуровані елементи. Ядро складається з основних уявлень, які є важливими для спільноти або групи людей. Вони можуть бути пов'язані з ідентичністю, цінностями, культурними аспектами.

- **Периферія (Periphery):** Це менш стійкі та менш структуровані елементи соціальних уявлень. Це включає менш важливі або менш усталені ідеї та переконання, які можуть змінюватися в різних контекстах.

Оскільки соціальні символи, створювані в соціальних інтеракціях, утворюють соціальну дійсність, то вони відповідним чином впливають на формування соціальних уявлень.

В механізмі формування соціальних уявлень застосовуються схематизація яка допомагає в структуруванні та розумінні навколишнього світу та допомагає в спрощенні великої кількості соціальної інформації. На

формування уявлень впливає ідентифікація і комунікація, а також інші когнітивні процеси, зокрема каузальна атрибуція. Вона виступає важливим елементом, що полягає у поясненні причин власної та чужої поведінки, де люди намагаються пояснити поведінку, враховуючи вплив внутрішніх (особистісних, суб'єктивних) і зовнішніх (ситуативних, об'єктивних) факторів. Наприклад, успіхи часто пояснюються внутрішніми якостями, тоді як невдачі асоціюються із зовнішніми обставинами. Успіхи інших частіше пов'язуються із зовнішніми, а не внутрішніми факторами. Цей феномен пов'язаний з функцією "Я–образ" в психологічній структурі особистості, яка виникає внаслідок взаємодії індивіда з його власними оціночними ставленням до світу, самого себе та інших [7].

На думку С. Московічі, велике місце в концепції соціальних уявлень приділяється питанню соціальних функцій. Перша функція інструментального пізнання, за своїм походженням вона більш трансформаційна, ніж інформаційна, соціальні уявлення допомагають спрощувати складну інформацію, трансформувати інформаційні когнітивні елементи в репрезентативно-образні, перетворюючи опис через класифікацію в пояснення. Свідчать про трансформацію соціальних надбань в суб'єктивні знання і вчинки, характеризують стосунки індивіда і суспільства. Друга функція – адаптаційна, призначення її полягає у тому, щоб “адаптувати соціальні факти, явища до вже сформованих, існуючих поглядів, думок, оцінок”. Соціальне уявлення є засобом адаптації подій які вже були, тобто сприяє збереженню картини світу. Третя функція – регуляції поведінки, яке бере участь у процесах формування поведінки та орієнтації соціальних комунікацій. Та є способом сприяння комунікації в соціальній групі, позначенню цінностей, що регулюють поведінку [11].

Створені і поширені інформаційними джерелами повідомлення, створюють у масовій свідомості стереотипізовані уявлення. Частина соціальних уявлень може стати об'єктом стереотипізації, що вказує на тенденцію до упрощення та узагальнення в сприйнятті певних груп людей

або ситуацій. Стереотипізація є об'єктивним явищем формування свідомості індивіда, структурування і відображення елементів навколишнього світу. Однією з функцій стереотипізації є процес ідентифікації предметів чи явищ, людини чи групи, формування в особистості можливих установок та елементів реагування на соціальні явища [12]. Таким чином, уявлення впливають на сприйняття навколишнього світу, а стереотипи можуть впливати на формування цих соціальних уявлень.

У ХХІ столітті феномен стереотипу присутній практично у всіх сферах соціального буття: економіці, вихованні, освіті, сім'ї, роботі, мистецтві тощо. І, можливо, саме тому і пояснюється підвищений інтерес до нього, його ролі у суспільстві. В соціумі існує ряд загальних норм або думок, які створюють мережу загальнолюдських вірувань, тверджень та соціальних норм. Соціологія пов'язує стереотипи з областю норм та груповою поведінкою, психологія — з процесами перцепції (сприйняття) і категоризації (інформативність), зі сферою переконань та упереджень. Однією з пропозицій, яка намагається пояснити це явище, є теорія соціальних уявлень, які складаються з системи знань, що дозволяють отримати та осмислити соціальну дійсність. У цих соціальних уявленнях ми знаходимо стереотипи, переконання, твердження або цінності, які допомагають людям орієнтуватися та домінувати у своєму соціальному оточенні. Слід наголосити, що саме уявлення є основою стереотипу [10].

Поняття “стереотип”, утворене від грецьких слів *στερεός* – твердий і *τύπος* – відбиток. Стереотип – це стійкий образ або стійке уявлення про будь-які явища, людей, події, що властиве представникам тієї чи іншої соціальної групи. Відома роль соціальних стереотипів у формуванні різних форм суспільної свідомості – релігійної, філософської, етичної, естетичної тощо. З розширенням соціального функціонування, стереотипи знаходили відображення в соціальних нормах і законах, моральних правилах та етичних приписах (К.О. Абульханова, Т. Адорно, О.Г. Балицький, О.М. Лактіонов, Т. Нельсон та ін.

У.Ліпман розумів стереотипи як стійкі, емоційно забарвлені, спрощені моделі об'єктивної реальності, що викликають у людини почуття симпатії і антипатії до явища, яке асоціюється з тим чи іншим придбаним ним досвідом. Дослідник вважав, що основна роль стереотипу полягає у структуруванні та схематизації уявлень про світ, формуванні у свідомості людини певних “картин світу”, які спрощують процес сприйняття різних соціальних об'єктів, явищ тощо. Індивід самостійно не змушений класифікувати дійсність “по-новому”, оскільки може спиратися на наперед задані межі пізнання соціальної реальності. Крім того на стереотип ще покладено роль захисту певних цінностей, норм, прав, позицій, які входять до вищезгаданих картин світу.

Стійкість стереотипу – це основна властивість, за допомогою якої У.Ліпман намагається пояснити проблеми, що виникають у процесі формування суспільної думки, яку він тлумачить як процес зіткнення стереотипів. Висока стійкість стереотипу пояснюється тим, що будь-які спроби його зміни сприймаються з боку людини як негативна дія, спрямована проти її волі, що втручається у її світогляд. І саме це втручання призводить до найрізноманітніших конфліктів (міжгрупових, етнічних, гендерних, політичних, релігійних тощо). Наприклад, поширені стереотипи, в яких особистість жінки пов'язують лише з функціями сім'ї, материнства, матеріального благополуччя [17].

Стереотипи важко видозмінити чи взагалі позбавитись від них, бо для людства це означатиме вихід із зони комфорту. Вони є гарантом того, що роль кожної окремої людини залишиться без змін та буде стабільною. Стереотип можна порівняти з інструкцією до життя, адже за допомогою них ми можемо вирішувати безліч життєвих ситуацій не використовуючи зайві ресурси, а результат таких дій завжди передбачуваний, однаковий та прогнозований, це потужний інструмент соціалізації, який впливає на свідомість більшості. Щоб правильно орієнтуватися у швидко поточних подіях, визначити свою поведінку, людина підводить кожний випадок під

якесь загальне правило й відповідно до цього вирішує кожне конкретне питання. Стереотип має об'єктивну природу і є невід'ємною властивістю психіки людини узагальнювати та спрощувати образи абстрактної дійсності. Предмет (факт, явище, соціальний процес тощо) розглядається як узагальнений тип, а не як окремий цілісний об'єкт.

Отже, причиною формування стереотипів є прагнення класифікувати та узагальнювати інформацію, аби максимально зменшити навантаження на мислення: саме завдяки стереотипам “ми отримуємо уявлення про більшість речей до того, як безпосередньо з ними стикаємося”. Особливість стереотипів пов'язані з мовою і культурою вони є джерелом знань про минуле і настільки сильно проникають у підсвідомість, що їх дуже важко не лише подолати, але навіть просто усвідомити [20].

Історично можна виділити три основні напрями в розгляді стереотипів. Перший напрям фіксує стереотип як культурну спадщину, тип знань який впроваджений і підтриманий суспільством. Другий зосереджується на мисленні, яке призводить до внутрішніх напружених відносин і розвитку індивідуальних рис. Третій напрям направлений на загальну характеристику процесу пізнання. Дослідження у науці демонструє, що всі ці напрями: культура, індивідуальність, пізнання були ефективні [15].

Найбільш значущим є когнітивний підхід до визначення стереотипу, як науковий напрямок, що вивчає закономірності соціальної поведінки. До механізму формування стереотипів залучені не лише схематизація, категоризація, але й інші когнітивні процеси, насамперед каузальна атрибуція, за допомогою якого люди намагаються пояснити причини власної і чужої поведінки або виникаючих подій. Вона включає у себе визначення причин, які вважаються відповідальними за певну ситуацію чи результат. Цей процес може включати ідентифікацію внутрішніх чи зовнішніх факторів, а також аналізу можливих зв'язків між ними. Каузальна атрибуція грає важливу роль у формуванні уявлень і стереотипів, оскільки впливає на те, як люди сприймають і реагують на події та взаємодіють один з одним.

Головний акцент робиться на процесі пізнання, тобто соціальна поведінка пояснюється за допомогою пізнавальних процесів людини.

У когнітивному напрямку відсутнє сьогодні єдине трактування стереотипу, він розглядається як установка, як образ і як уявлення, сформовані в самосвідомості, які схематично передають образ того чи іншого явища і які визначають його місце у ієрархії цінностей.

На формування стереотипів впливає те, що й на формування особистості: мікро–, макро–, мегасередовище. Тобто родичі, оточення, друзі, держава, суспільство. Оціночне забарвлення пов'язане з наданням конкретним предметам і явищам певних характеристик і якостей, які в кінцевому результаті діляться на позитивні і негативні. Дуже часто стереотип виникає щодо групової приналежності людини, наприклад приналежності його до якоїсь професії. Тоді яскраво виражені професійні риси в зустрінутих в минулому представників цієї професії розглядаються як риси, властиві кожному представнику (“всі вчительки повчають”, “всі бухгалтери – педанти” і т.д.). Тут проявляється тенденція “виявити сенс” з попереднього досвіду, робити висновки за подібністю з цим попереднім досвідом. Таким чином, у когнітивному підході вважається, що стереотип це результат “роботи” когнітивних процесів індивіда, природа стереотипу – раціональна, його основні характеристики як особливого різновиду уявлення: генералізованість, схематизованість, підвищена емоційність, стійкість [7].

На основі аналізу різних наукових підходів виділяють основні функції стереотипу:

- когнітивна – формування картини світу, що включає “Я–образ”, це образ формується внаслідок взаємодії особистих оцінок людини стосовно світу, себе та інших;

- захисна – збереження цієї картини світу. Спрощуючи світ до рівня схем, людина створює свій власний світ – світ уявлень і стереотипів. Люди живуть в світі власної уяви, який відірваний від реального світу.

Крім когнітивної та захисної функції стереотипів, що реалізуються на

індивідуальному рівні, виділені ще і функції групового рівня:

- ідеологічна (формування і збереження групової ідеології, що пояснює та виправдовує поведінку групи;
- ідентифікуюча (створення і збереження позитивного групового «Мі-образу»).

Характерною рисою стереотипу є його емоційна насиченість, коли індивід наповнює його відчуттями, які з ним асоціюються. Крім того, стереотипи спрощують та “скорочують” процеси сприйняття і розуміння, завдяки чому упорядковується дійсність. У результаті спрощення відбувається припасування чогось незрозумілого та складного до існуючого та простого уявлення. Стереотипи мають змогу змінюватися, застарівати і, навпаки, ставати актуальними, а також можна прослідкувати тенденцію пришвидшення процесу стереотипізації у зв’язку з новими носіями інформації. Цими ознаками можуть виступати: зовнішній вигляд, манера спілкування, мова, національність і інші. За цими ознаками людину, завдяки існуючому стереотипу, відносять до певної групи людей і, на підставі цього, робляться подальші висновки, що також підпадають під вплив стереотипів, про її риси характеру, про її поведінку, її розумові здатності і т.д.

Отже, можна підсумувати таким чином:

Соціальні уявлення – це специфічна форма пізнання, що стосується соціальної дійсності, яка допомагає людині розуміти соціальне середовище та взаємодію з іншими, а також орієнтує на її поведінку. Ці уявлення виникають у результаті спілкування і взаємодії з іншими членами соціуму та можуть включати в себе переконання, ідеологічні погляди, загальні уявлення та знання, що є характерними для конкретної групи людей. Соціальні уявлення можуть впливати на формування стереотипів, які впливають на сприйняття нашого розуміння світу і взаємодії в суспільстві.

Стереотип – це стійкий образ або стійке уявлення, яке має змогу змінюватися, застарівати і, навпаки, ставати актуальними в залежності від соціокультурних та індивідуальних змін.

1.2. Соціальні уявлення про успіх

Прагнення до успіху (ділового, життєвого, соціального) посідає чільне місце в системі ціннісних орієнтацій сучасної людини. Серед пріоритетних проблем розвитку особистості важливе місце належить уявлення людини до власного успіху, оскільки успіх як психологічне явище пов'язаний із соціальною природою людини.

У науковій літературі успіх визначають як: об'єктивну подію; окремий епізод у житті особистості; певний, очікуваний результат.

В українській мові поняття успіх трактується в двох значеннях. Перше визначається як позитивний наслідок роботи, справи; значні досягнення, друге – громадське визнання, схвалення чого-небудь, чийхось досягнень. Успіх визначається як "показник розвитку особистості", і це означає досягнення найкращого результату при мінімальних зусиллях, витратах часу та енергії, що відповідає внутрішнім потребам особистості та приносить внутрішнє задоволення.

Засобами масової інформації "успіх" трактується та охоплює наступні елементи:

- сферу активності (одну чи кілька, публічну приватну),
- життєві обставини (перешкоди, кризові ситуації), соціальні індикатори успіху (суспільне визнання, фінанси, авторитет, владу), індивідуальні індикатори успіху (ідентичність, самоповагу, задоволеність);
- внутрішні ресурси (ділові, моральні, творчі, соціально-психологічну компетентність, стратегії копінгу тощо), ресурси середовища (підтримку, допомогу, протекцію, везіння).

Таким чином, комплексне розуміння поняття успіху особистості дозволяє розглядати його як цілісний конструкт, багатоаспектний у своїх виявах, що складається з наступних складових:

- 1) відповідальність вибору як "мірило якості" успіху;
- 2) процесу постановки цілі та поетапного дотримання визначеної

мети; 3) ціннісної насиченості процесу реалізації життєвих потреб.

Зазначені складники – це певні маркери, за якими можна простежувати процес досягнення особистістю певного успіху.

Фундаментом поняття успіху є соціокультурний феномен, що проявляється в різних контекстах: філософському, соціальному, психологічному, управлінському, освітньому. Але недостатньо вивчений феномен “успіх” як філософська проблема та екзистенційна цінність, мотиваційна основа життєвої стратегії сучасної людини. Характерною особливістю дослідження проблеми успіху є те, що наукові погляди обмежуються двома тенденціями: внутрішньою (суб’єктивно–ціннісною) та зовнішньою (об’єктивно–поведінковою).

Дослідження феномена успіху у філософських працях ґрунтуються на уявленні про успішну людину як про особистість, сповнену недосяжними ідеалами, цілісну, наділену єдиним бажанням самореалізуватись, усвідомлення життєвих задач та розуміння їх успішного вирішення, стану гармонії особистості у діяльності (В.Франкл, С.Ключніков, Н.Розенберг, Г.Тулчинський, О.Михайлова). Аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень присвячених проблемі успіху дозволяє виділити ключові питання вивчення цього феномена: зокрема, визначення сутності, історичного поняття “успіх”, дослідження мети, світоглядної основи, критеріїв, різновидів, ціни, шляхів досягнення успіху, успішності в історії європейської та вітчизняної культури [8].

У психологічній науці “успіх” розуміють як уміння у дусі гармонії і рівноваги пристосовуватися до різноманітних і постійно мінливих умов життя; особливу оцінку людиною результату власних дій і зусиль, показник її своєрідного становища у суспільстві, що, відповідно, задає специфіку її соціальних зв’язків і відносин; реалізацію певного прагнення людини у конкретній життєвій ситуації, досягнення бажаної соціальної позиції та переживання задоволеності й високої самооцінки. Феномен успіху з точки зору психології – це переживання стану радості, задоволення від того, що

результат, до якого особистість прагнула у своїй діяльності, або збігся з її очікуваними результатами (з рівнем прагнень), або перевищує їх. Поняття “успіх” часто використовують нарівні з такими поняттями як самореалізація, ціль, сенс життя, визнання, культурний ідеал, стандарт тощо.

Науковці досліджуючи успіх як психологічну категорію, часто вирізняють суб’єктивний та об’єктивний складники цього явища. Об’єктивність успіху полягає в оцінці результатів діяльності особи іншими та визнанні цих результатів вагомими і такими, що значно перевершують середній рівень. Щодо суб’єктивного складника, то тут ідеться про оцінку особою власних дій та надання результатам цих дій суб’єктивної значущості.

Методологічні аспекти дослідження успіху, як психологічного феномена розкрили в своїх працях відомі вчені-психологи: Дж.Аткінсон, Д.Макклелланд, А.Маслоу, Ю.Орлов. Дослідники (Г.Келлі, Ф.Хайдер) виділяють наступні показники успіху:

- 1) наполегливість;
- 2) інтернальність/екстернальність;
- 3) вибір адекватних задач;
- 4) енергійність, ініціативність у роботі.

Багатовекторність усвідомлених і неусвідомлених потреб, що супроводжує прагнення до успіху, пов’язана з минулими віковими етапами особистості.

Вагомий внесок у дослідження проблеми успіху зроблено представниками школи К.Левіна, які довели, що не ступінь складності завдання, а рівень домагань особистості стає вирішальним чинником визначення певного результату як успішного чи неуспішного. Якщо результат досягає змодельованого завдяки рівню домагань чи перевищує його, виникає відчуття успіху, якщо ж ні – людина переживає невдачу. Як правило, після успіху рівень домагань людини підвищується, а після невдачі – знижується.

За В.Вінковим, успіхом можна вважати досягнення бажаної мети в

індивідуальній або груповій діяльності, що відповідає тим вимогам, які задаються характером самої діяльності та сформованими знаннями суб'єкта про засоби досягнення й очікуваний результат [3].

Вивчення успіху в більш глобальному контексті включає поняття "життєвого успіху", що визначається процесом та результатом активності людини протягом усього життєвого шляху [2].

Вітчизняним науковцем В.Вінковим проводилося дослідження щодо особливостей уявлень молоді про життєвий успіх. На першому етапі у дослідженні взяло участь 50 студентів з Інституту підготовки кадрів державної служби зайнятості України. На слово – стимул “успіх”, респондентам потрібно було написати свої асоціації, які відразу приходять на думку. На основі результатів контент – аналізу був складений перелік категорій опису успіху (7 груп), що відображають такі досягнення: “добрі взаємини”, “соціальне визнання”, “багатство”, “професіоналізм”, “кар’єра”, “впливовість”, “творча самореалізація”. На другому етапі за допомогою авторського варіанту семантичного диференціалу досліджувалися психологічні особливості уявлень молоді про життєвий успіх. У цьому дослідженні взяли участь студенти Київського національного університету імені Тараса Шевченка і Львівського національного університету імені Івана Франка. Загальна кількість опитаних склала 184 особи. Молоді було запропоновано обрати з переліку досягнень з різних сфер життєдіяльності ті досягнення, які, на їхню думку, є життєвим успіхом. Найбільш поширеними з них виявилися добрі взаємини та творча самореалізація, їх обрало 41,3% та 32,6% опитаної молоді. Це вказує на те, що для молоді найбільш важливими в досягненні життєвого успіху є сфери, які пов’язані з міжособистими стосунками та творчою самореалізацією і тільки потім професійна, фінансова, кар’єрна, владна і сфера соціального визнання. 86,3% молоді вважає, що успіх залежить від самої людини, а не від удачі, що вказує на виражений внутрішній локус контролю. Про значну роль ризику в досягненні життєвого успіху свідчить те, що 35,6% молоді вважає, що ризик має більше

значення, ніж обдумані дії. Проте 64,4% обрали виважену позицію, що свідчить все ж про загальну схильність молоді обмірковувати дії і відкидати ризик у досягненні життєвого успіху. Так само і з соціальними зв'язками, 40,3% молоді вважають, що вони несуть вирішальне значення в досягненнях, проте загальна тенденція демонструє, що 59,7% молоді покладається в досягненні життєвого успіху більше на себе, ніж на соціальні зв'язки. В оцінці ролі загальноприйнятих норм і правил у досягненні успіху молодь у своїй думці розділилася порівно, 49,5% вважають, що такі норми і правила заважають досягненням, а 50,5%, навпаки, – допомагають. Впевненість у досягненні життєвого успіху демонструють 76,8% опитаної молоді, проте тільки 57,7% можуть сказати, що в їхньому житті є успіхи, якими вони можуть пишатися, а задоволені своїми досягненнями – 60,6% опитаних. Водночас для 63% молоді більш притаманно ділитися своїми успіхами з оточенням. Це може вказувати на високий рівень довіри і потребу в підтримці від свого оточення [4].

В рамках психологічного підходу вивчається особистісне переживання досягнення успіху, причому сам успіх розглядається як фундамент для самореалізації та особистісного росту. Успіх передбачає оптимальне співвідношення між очікуваннями особистості та результатами її діяльності.

Вітчизняним науковцем Н.Тавровецькою проводилося дослідження щодо особливостей уявлень особистості про кар'єрний успіх. У дослідженні взяли участь 82 респонденти віком від 27 до 36 років, які вже досягли певного успіху у кар'єрі (мають статус та визнання, обіймають посади та професійно зростають). В дослідженні використано метод асоціативного експерименту, зокрема, метод вільних асоціацій, та опитувальник «Хто Я». Обробка відповідей здійснювалась методом контент-аналізу. Дослідження показало, що більшість респондентів 71% пов'язують свій кар'єрний успіх з різними соціальними характеристиками: з наявністю “престижної роботи” 42%, що є підставою для визначення схильності до соціального рангу; “матеріальною винагородою” 17% – така тенденція виражається в прояві

бажання отримання вигоди від ситуації, розважливості і прагматизму; “лідируючим становищем” 12% опитаних визначається як авторитетність чи вплив на оточуючих, 29% респондентів використовували асоціації, пов’язані з внутрішніми характеристиками особистості.

Уявлення респондентів про кар’єрний успіх базуються на ідеї явища внутрішнього балансу та задоволення, наявності престижної роботи та особистого внеску у справу [14].

Для сучасного суспільства притаманна зміна ставлення до проблеми успіху як життєвої цінності. Тому об’єктом дослідження має бути не біографія як така в реальному часі, а сформована у свідомості загальна картина життя, в якій події утворюють єдине психологічне теперішнє особистості.

Отже, успіх визначають як досягнення, яке триває недовго, натомість, успішність – є показником тривалості успіху у часі як динамічна, якісна характеристика стану особистості у певний проміжок часу.

Результати проведених досліджень допомагають краще розуміти динаміку цінностей у суспільстві. Уявлення життєвого успіху серед молоді пов’язане з добрими взаєминами та творчою самореалізацією, за успіхом у кар’єрі для більшості респондентів пов’язане з соціальними аспектами та внутрішніми характеристиками особистості.

Висновки до I розділу

1. Теоретико–методологічне дослідження дозволило проаналізувати загальне розуміння понять “соціальні уявлення” та “стереотипи”. Соціальні уявлення виступають, як елементи соціального пізнання та можуть бути динамічними та змінюватися з часом. Соціальні уявлення можуть впливати на формування стереотипів та взаємодіють як інструменти соціального пізнання, які впливають на сприйняття нашого розуміння світу і взаємодії у суспільстві.

Стереотип – це узагальнене уявлення або переконання, що може бути застосоване до конкретної соціальної групи або категорії об'єктів, осіб або явищ. Він характеризується тим, що зазвичай спрощує і узагальнює складні або різноманітні реалітети і може впливати на сприйняття та ставлення до об'єкта стереотипу, часто з урахуванням загальних уявлень і суспільних узгоджень, незалежно від індивідуального досвіду чи реальності.

2. Феномен успіху з психологічної точки зору – це позитивний результат наполегливої і непростої діяльності, спрямованої на досягнення значущих особистісних цілей, що відтворюють водночас і соціальні орієнтири суспільства і особистісне зростання та розвиток. В межах психологічного підходу досліджується особистісне досягнення успіху, а сам успіх розглядається як основа самореалізації особистості, тенденція до самоактуалізації та особистісного росту, до якого прагнула особистість.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ| СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО УСПІШНУ ЖІНКУ

2.1. Методика та процедура дослідження

З метою виявлення змістовної специфіки соціальних уявлень про успішну жінку нами організовано та проведено відповідне емпіричне дослідження. Для цього ми створили авторську анкету, побудовану за принципом незакінчених речень. Респондентам було надано 12 стимульних незакінчених речень, які відображали уявлення про характеристики та цінності успішної жінки, її мрії і особисте та професійне життя, а також зовнішній вигляд та відмінності від інших жінок, пов'язані з їхніми переконаннями, цінностями та стереотипами. Досліджуваним пропонувалося завершити речення, висловлюючи власні думки, оцінки тощо.

Вибірку склали 80 респондентів, а саме: молодь віком від 25 до 35 років та люди середнього віку від 45 – 55 років. У першій групі, що представлена молоддю, участь брали 19 жінок та 18 чоловіків. У другій групі представлені респонденти середнього віку (21 жінка та 22 чоловіка).

Дослідження ми проводили протягом 2 місяців (травень–червень 2023 р.). Дослідження було анонімне, проводилося в онлайн-режимі з використанням гугл – форми. Обробка відповідей здійснювалась методом контент-аналізу, який дозволив виявити смислові категорії, які ми тлумачили як змістові компоненти соціальних уявлень про успішну жінку. Деякі респонденти давали по декілька відповідей на кожне питання, ми підраховували та аналізували кількість отриманих відповідей.

2.2. Отримані результати та їхній аналіз

Аналіз відповідей на незакінчене речення: **“Основні риси характеру успішної жінки...”** дозволив нам виділити наступні смислові категорії: **“Інтелектуальні здібності”**, **“Емоційно-вольові характеристики”**, **“Комунікативні властивості”**.

Таблиця 1.

Основні смислові категорії відповідей на запитання **“Основні риси характеру успішної жінки...”**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Емоційно- вольові характеристики	“цілеспрямованість”, “оптимізм”, “впевненість”, “врівноваженість”, “стресостійкість”	62,4	58,9
2	“Комунікативні властивості”	“справедливість”, “толерантність”, “емпатія”, “дипломатичність”, “активне спілкування”	13,3	7
3	«Інтелектуальні здібності»	“критичність”, “розум” “мислення”, “самоосвіта”, “уважність”, “креативність”, “аналітичність”	8	10,3

Отримані результати (див. табл. 1) дозволяють нам зробити наступні висновки: спільне, що об'єднує респондентів різних вікових груп в категорії **“Емоційно-вольові характеристики”** – це **“цілеспрямованість”**, **“впевненість”**, **“оптимізм”**, **“врівноваженість”**, **“стресостійкість”**. Ці риси характеру зосереджені на досягненні цілі, що дає можливість визначати конкретні кроки, необхідні для досягнення успіху. Це свідчить про високий рівень самодисципліни, що дозволяє жінці розвиватися, вдосконалюватися та самореалізовуватися.

У групі молоді частіше акцентують увагу на активності спілкування

успішної жінки у сфері комунікації: “справедливість”, “толерантність”, “емпатія”, “дипломатичність”, “активне спілкування”. Це може вказувати на те, що вони надають велике значення міжособистісним відносинам та соціальним контактам.

Отже, бачимо, що різні вікові групи мають свої пріоритети в уявленнях: молодь більше приділяє комунікативним властивостям, а представники середнього віку - інтелектуальному розвитку та навчанню.

На нашу думку, серед представників середнього віку і молоді переважають схожі уявлення про важливість для успішної жінки емоційно-вольових рис, які сприяють важливості розуміння своєї мети та визначають конкретні кроки, необхідні для досягнення успіху.

Стосовно питання, яке стосується **головних цінностей успішної жінки**, були виділені наступні категорії: “Професійні досягнення”, “Родина”, “Саморозвиток жінки” (див. табл. 2).

Таблиця 2.

Основні смислові категорії відповідей на запитання “Головні цінності успішної жінки”

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Професійні досягнення”	“самореалізація”, “навчання”, “визнання”, “пріоритетність”, “довгострокова мотивація”.	32,5	21,2
2	“Родина”	“турботливість родини, “сімейне щастя”, “здоров'я”, “чоловік та діти”, “відпочинок”	27,5	21,2
3	“Саморозвиток жінки”	“впевненість”, “кар'єра”, “гармонія”, “мудрість”, “вміння цінувати себе”, “любов до себе”.	20	33,7

В уявленні досліджуваних виявлені відмінності: респонденти молодого покоління частіше асоціюють успішну жінку з “Професійними

досягненнями”, переважали відповіді “самореалізація”, “навчання”, “визнання”, “пріоритетність”, “довгострокова мотивація”. Вони вважають, що успішна жінка має саме ті цінності які допоможуть у професійній сфері та побудові своєї кар'єри. У групі осіб середнього віку більший акцент ставиться на саморозвиток успішної жінки як її головну цінність з відповідями: “впевненість”, “кар'єра”, “гармонія”, “мудрість”, “вміння цінувати себе”, “любов до себе”.

У відсотковому значенні молодь приділяє більше уваги у категорії “Родина”, що визнається цінністю для успішної жінки і позначають у відповідях: “турботливість родини”, “сімейне щастя”, “здоров'я”, “чоловік та діти”, “відпочинок”. Припускаємо, це свідчить про те, що в сучасному суспільстві сімейні стосунки та роль матері чи дружини є важливими для успішної жінки.

Отже, молодше покоління надає велике значення активності в професійній діяльності. Для опитаних середнього віку важливішими стають внутрішні аспекти, такі як особистісна задоволеність і саморозвиток, разом із збереженням значущості родини та професійних досягнень.

В цілому, на нашу думку, ці відповіді відображають різноманіття уявлень про цінності успішних жінок у сучасному суспільстві, а також віддзеркалюють індивідуальні погляди та цінності респондентів.

Відповіді респондентів на питання: **“Успішна жінка мріє про...”** відображають соціальні уявлення про різноманітні мрії, які важливі для жінок у досягненні особистого та професійного успіху. Всі відповіді ми розділили на категорії “Родина”, “Щастя та інші позитивні емоції”, “Робота та професія”, “Відпочинок” (див. табл.3).

Таблиця 3.

Основні смислові категорії відповідей на запитання **Успішна жінка мріє про...**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Родина”	“виховання дітей”, “міцна родина”, “родинний затишок”, “люблячий чоловік”	24,6	16
2	“Щастя та інші позитивні емоції”	“відчуття щастя”, “незалежне фінансове життя”, “психологічне здоров'я”, благополуччя”, “відчуття безпеки та спокою”	19,6	24,5
3	“Робота та професія”	“реалізація професійного потенціалу”, “успішна кар'єра”, “розвиток професійних компетенцій”	16,4	16,4
4	“Відпочинок”	“хобі”, “мандрівка до острова”, “релакс”, “відпустка”, “розваги”	6,5	21,7

Найвагомішою категорією у відображенні уявлень молодих людей про мрію успішної жінки, є саме категорія “Родина”, де можна знайти підтримку та порозуміння. Відмінність в цій категорії полягає у відсотковому значенні в порівнянні з респондентами середнього віку. Молодим людям порівняно з представниками старшого віку, уявляється, що успішна жінка більшою мірою мріє про родину. На думку респондентів успішна жінка мріє про збереження родинних цінностей, що базуються на традиційних уявленнях про сімейне щастя і стабільність.

Респонденти середнього віку звернули на аспекти важливості емоційного та психологічного комфорту, а саме: “відчуття щастя”, “незалежне фінансове життя”, “психологічне здоров'я”, благополуччя”,

“відчуття безпеки та спокою” яке направлено на щастя та позитивні емоції, як складові успіху.

Уявлення представників двох груп щодо мрій успішної жінки про роботу та професію не відрізняються не лише у якісному, але й у кількісному значенні. Опитані не залежно від віку акцентують увагу на таких аспектах як “реалізація професійного потенціалу”, “успішна кар'єра”, “розвиток професійних компетенцій”. В уявленнях про мрії успішної жінки, на нашу думку, це може свідчити про прагнення до професійного зростання і розвитку та визнається як важливий елемент успіху для жінок.

Переважає у відсотковому значенні у осіб старшого віку порівняно з молоддю категорія “Відпочинок” з відповідями: “хобі”, “мандрівка до острова”, “релакс”, “відпустка”, “розваги”.

Щодо незакінченого речення **“У дитинстві майбутня успішна жінка...”** в обох групах було виділено три смислові категорії “Особисті якості та риси”, “Талановитість та інтелектуальні амбіції”, “Сімейні цінності” (див. табл. 4). Ці категорії допомагають зрозуміти різноманітні аспекти уявлення про успішну жінку в дитинстві, аналіз яких видається цікавим.

Таблиця 4.

Основні смислові категорії відповідей на запитання “У дитинстві майбутня успішна жінка...”

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Особисті якості та риси”	“самовпевнена”, “активна”, “весела”, “працелюбна”, “розумна”	37,2	40,9
2	“Талановитість та інтелектуальні амбіції”	“лідер колективу”, “творчий підхід”, “ентузіазм до нового”, “відмінниця”	30,5	24,9
3	“Сімейні цінності”	“вихована в любові”, “батьки дозволяють вирішувати”, “отримала підтримку”,	10,4	12,3

		“відносини в родині добрі” “спільна відповідальність”		
--	--	---	--	--

Серед представників середнього віку соціальні уявлення про успішну жінку в дитинстві дещо більше, порівняно з молоддю, зосереджені на особистісних якостях таких як “самовпевнена”, “активна”, “весела”, “працелюбна”, розумна”. Вони можуть впливати на формування особистості у дорослому віці та їх вважають ключовими для бачення успіху в майбутньому. Опитана молодь називала абсолютно різні особистісні риси які акцентують увагу на важливості різноманітних аспектів у вихованні та соціалізації дітей: “кмітлива”, “уважна”, “дружелюбна”, “наполеглива”, “чесна”, “самостійна”. Такий підхід свідчить про їхнє розуміння комплексності факторів, що впливають на формування особистості.

Категорія “Талановитість та інтелектуальні амбіції” у відсотковому значенні була більше вираженою у групі молоді. У відповідях респонденти зазначали: “лідер колективу”, “творчий підхід”, “ентузіазм до нового”, “відмінниця”. Ми припускаємо, що молоде покоління уявляє розвиток здібностей та талантів у дітей, як вплив на їхній майбутній розвиток особистості. У дорослому віці жінка знаючи свої сильні та слабкі сторони має можливість визначатися у сфері особистісних досягнень та свого місця в суспільстві. Такий підхід до розвитку здібностей в дитинстві може створювати основу для успішної та задоволеної дорослої особистості, яка вміє використовувати свої сильні сторони для досягнення поставлених цілей.

Схожість у соціальних уявленнях обох вікових груп щодо сімейних цінностей, свідчить про те, що незалежно від віку, респонденти надають важливість різним аспектам сімейного життя успішної жінки, таким як “вихована в любові”, “батьки дозволяють вирішувати”, “отримала підтримку”, “відносини в родині добрі”, “спільна відповідальність”. Припустимо, що роль сім’ї це важливий чинник для майбутнього успіху жінки у сучасному суспільстві

На питання: **“Успішною жінка може стати за умови...”** відповіді респондентів про уявлення щодо необхідних умов досягнення успіху ми поділили на категорії **“Позитивні лідерські риси характеру”**, **“Підтримка у досягненні успіху”** **“Емоційне задоволення”** які є ключовими та впливають на успіх (див. табл. 5).

Таблиця 5.

Основні смислові категорії відповідей на запитання **“Успішною жінка може стати за умови...”**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Позитивні лідерські риси характеру”	“стресостійкість”, “прагнення”, “працездатність”, “харизма”, “наполегливість”, “ініціативність” “віра в себе”, “працелюбство”, “впевненість” та “витримка”.	46,7	63,3
2	“Підтримка у досягненні успіху”	“наявність наставництва”, “сприятливе середовище”, “підтримка близьких” “багатого папіка”, “підтримки ззовні на перших порах”, “допомоги чоловіка”	18,3	13,2
3	“Емоційне задоволення”	“внутрішній комфорт”, “сила духу”, “самоконтроль”, реалізація	25	7

Категорія **“Позитивні лідерські риси характеру”** у групі осіб середнього віку кількісно виявилася більш значущою з відповідями **“стресостійкість”**, **“наполегливість”**, **“прагнення”**, **“харизма”**, **“ініціативність”**. Такі стереотипи можуть впливати на уявлення про жіноче лідерство та позитивне ставлення до жінок з лідерськими якостями, підтримувати мотивацію до досягнення цілей.

Натомість люди молодого віку в цій категорії, необхідними умовами досягнення успіху жінки вважають **“віра в себе”**, **“працелюбство”**,

“впевненість” та “витримка”.

Отже, респонденти обох вікових груп мають схожі уявлення про певні особистісні риси характеру необхідні для досягнення успіху.

В категорії “Підтримка у досягненні успіху” молоде покоління на відміну від людей середнього віку більше приділяють увагу в підтримці “багатого папіка”, “підтримки ззовні на перших порах”, “допомоги чоловіка”. Натомість люди середнього віку у відповідях позначають “наявність наставництва”, “сприятливе середовища”, “підтримка близьких” також описують наявність підтримки.

Отже, відповіді в уявленнях в цій категорії можуть відображати соціокультурні стереотипи та погляди на роль жінок у сучасному суспільстві в залежності від вікових груп.

В категорії “Емоційне задоволення” різниця у відсотковому значенні між віковими групами, де молодь акцентує на особистому розвитку та прийнятті себе, тоді як середній вік виділяє внутрішній комфорт і силу духа. В уявленнях щодо умов за яких можна стати успішною жінкою, респонденти молодого віку позначають “самовдосконалення”, “самолюбов”, “саморозвиток”, “прийняття себе та інших”, можливо, пов'язане з бажанням розвивати свої навички та здібності, що дає можливість для задоволення власною особистістю.

Натомість невеликий відсоток людей середнього віку для досягнення емоційного благополуччя у відповідях наголошують про “внутрішній комфорт”, “сила духу”, “самоконтроль”, “реалізація”.

Отже, люди молодшого віку більше акцентують на особистому розвитку, амбіціях та сучасних уявленнях про лідерство, що може бути пов'язане із стрімким темпом сучасного життя та змінами у суспільстві.

Відповіді на питання: **“Успішна жінка виглядає...”** які надали можна поділити на наступні категорії “Сучасний вигляд”, “Особистісні якості”, “Власний стиль” (див. табл. 6):

Таблиця 6.

Основні смислові категорії відповідей на запитання “Успішна жінка виглядає...”

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Сучасний вигляд”	“доглянутий вигляд”, “сяє сексуально”, “красива як Анджеліна Джолі”, “сучасно одягнена”,	35,3	47
2	“Особистісні якості”	“харизматична з сяючими очима”, “задоволена”, “завжди на позитиві”	35	47
3	“Власний стиль”	“особистий стиль”, “поєднує різний імідж”, “по різному: від стильної викладачки до айтишниць в треніках”	14,8	-

В уявленнях представників середнього віку щодо вигляду успішної жінки категорія “Сучасний вигляд” з відповідями “доглянутий вигляд”, “красива як Анджеліна Джолі”, “сучасно одягнена”, “на мільйон доларів” і категорія “Особистісні якості” з відповідями “харизматична з сяючими очима”, “задоволена”, “завжди на позитиві” мають однаковий відсоток щодо вигляду успішної жінки, яка не лише дбає про свій зовнішній вигляд, а й володіє рядом особистісних рис.

У відповідях респондентів середнього віку відсутня категорія “Власний стиль”, ми можемо припустити, що для цієї вікової групи менш важливим та актуальним є уявлення про певні модні та культурні поняття в їхніх уявленнях про вигляд успішної жінки.

У людей молодшого віку також однаковий відсоток в категоріях “Сучасний вигляд” з відповідями “сяє сексуально”, “красива”, “задоволена”, “щаслива” і “Особистісні якості”; в уявленні молоді вигляд успішної жінки визначається не лише зовнішніми даними, але й внутрішніми особистісними

якостями, “впевнено”, “спокійно”, “в ресурсі”. Цей баланс суттєво впливає на якість її життя.

З результатів можна помітити, що у молодого покоління увага приділяється категорії “Власний стиль” з відповідями “особистий стиль”, “поєднує різний імідж”, “по різному: від стильної викладачки до айтішниці в треніках”. Це може свідчити що у молодого покоління увага приділяється індивідуальному стилю та вираженні себе через нього.

Отже, в уявленнях молодого покоління образ успішної жінки поєднує в собі як зовнішні дані так і внутрішні особистісні якості, так і власний унікальний стиль, що відображає їхні погляди на життя та власну ідентичність.

На питання: **“Особисте життя успішної жінки”**, відповіді ми поділили на наступні категорії: “Оцінка особистого життя” “Контрольованість та організованість”, “Не задоволеність особистим життям”, “Особиста (приватна) сфера (див. табл. 7):

Стосовно уявлень про особисте життя успішної жінки можна помітити відмінності між молодим поколінням та людьми середнього віку. В категорії “Оцінка особистого життя” респонденти різного віку мають схожий відсоток відповідей а саме: “цікаве, з пригодами”, “успішне”, “пристойне”, “щасливе”, “родинне”. Представники різного віку уявляють, що успішна жінка вміє будувати та насолоджуватися щасливим життям.

Наступна категорія вказує на уявлення молоді про контрольованість, організованість особистого життя жінки. У відповідях “під контролем”, “все по плану”, “на висоті”, “рівноцінне часу витрачено на кар’єру”, “це її світ”, “налагоджено”, успішна жінка вміє контролювати щасливе життя, що відображається в її здатності тримати все під контролем.

В уявленнях між респондентами молодого та середнього віку суттєві відмінності у відсотковому значенні в категорії “Не задоволеність особистим життям” у людей середнього віку з відповідями “складне і непередбачуване”, “немає”, “не вистачає часу”, “це тягар”, “здвинуте на другий план”,

“самотність”. Це може свідчити про те, що для певної кількості людей у цьому віковому діапазоні мають консервативний погляд у своїх уявленнях про особисте життя жінок.

Таблиця 7.

Основні смислові категорії відповідей на запитання **“Особисте життя успішної жінки”**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Оцінка особистого життя”	“цікаве, з пригодами”, “успішне”, “пристойне”, “щасливе”, “родинне”	39,5	36
2	“Контрольованість та організованість”	“під контролем”, “все по плану”, “на висоті”, “рівноцінне часу витрачено на кар’єру”, “це її світ”, “налагоджено”	32,5	-
3	“Не задоволеність особистим життям”	“складне та непередбачуване”, “немає”, “не вистачає часу”, “це тягар”, “здвинути на другий план”, “самотність”	23,2	32
4	“Особиста (приватна) сфера”	“закрите”, “таємне від оточуючих”, “нікого не стосується”, “під замком”	-	24

Також в уявленнях представників середнього віку присутня категорія “Особиста (приватна) сфера” з відповідями “закрите”, “таємне від оточуючих”, “нікого не стосується”, “під замком”.

Можно підсумувати, що молоде покоління переконане, що успішна жінка здатна контролювати та забезпечити щасливе життя, і це відображається в її здатності тримати все під контролем. Це сучасний підхід до успіху жінки як в особистому так і в професійному житті. Люди середнього віку більше надають перевагу приватності в особистій сфері, та

вважають, що жінки можуть зазнавати труднощі у побудові щасливих особистих стосунків через їхню успішну кар'єру чи інші обставини.

Отже, різниця в уявленнях може вказувати на еволюцію суспільних стереотипів та уявлень про жіночий успіх і особисте щастя у різних поколіннях.

Відповіді на питання: **“Від інших жінок успішна жінка відрізняється”** в категоріях “Психологічне благополуччя”, “Сяючий жіночий образ”, “Професійність та кар'єра”, які важливі для жінок у досягненні особистого та професійного успіху (див. табл. 8).

Таблиця 8.

**Основні смислові категорії відповідей на запитання “Від інших жінок
успішна жінка відрізняється”**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Психологічне благополуччя”	“внутрішня рівновага”, “життєва удача”, “стійкість”, “гордість”, “впевненість”, “задоволеність собою”	29	56,1
2	“Сяючий жіночий образ”	“догляну та зовнішність”, “блиск в очах”, “усмішка”, “погляд”, “самостійність”	25,4	19,1
3	“Професійність та кар'єра”	“працьовитість”, “наполегливість”, “розвиток”, “працездатність”, “результати діяльності”, “креативне мислення”	32,7	6,8

Складові категорії “Психологічне благополуччя” в уявленнях представників середнього віку з відповідями “внутрішня рівновага”, “життєва удача”, “стійкість”, “гордість”, “впевненість”, “задоволеність собою” набрали більш високий відсоток в порівнянні з молоддю. Отримані результати свідчать, що для більшості респондентів середнього віку -

психологічне благополуччя вважають важливим складовим успіху і сприяють позитивному сприйняттю та враженню від успішної жінки.

За уявленнями людей молодого віку найбільше уваги приділяється в категорії “Професійність та кар'єра з відповідями “працьовитість”, “наполегливість”, “розвиток”, “працездатність”, “результати діяльності”, “креативне мислення”, вони визначають важливість розвитку кар'єри та професійного зростання з отриманням успіху в майбутньому.

В категорії “Сяючий жіночий образ” присутня відмінність у відсотковому значенні між представниками різних вікових груп. На думку молодого покоління у відповідях “доглянута зовнішність”, “блиск в очах”, “усмішка”, “погляд”, “самостійність” уявлення від індивідуальності до вміння презентувати себе у суспільстві. В цій категорії серед людей середнього віку уявлення менше впливають на сприйняття успішної жінки, це може вказувати на більший акцент на внутрішніх якостях особистості.

Можна зробити висновок, що у різних вікових груп сприйняття успішної жінки відрізняється. У людей середнього віку найбільший відсоток віддається психологічному благополуччю, що може вказувати на їхнє більше уважне ставлення до внутрішнього стану і психологічної гармонії як ключового аспекту успішності. У молодого покоління немає надто істотної різниці у відсоткових значеннях: психологічне благополуччя, зовнішність та кар'єра набрали майже однаковий процент, що свідчить про їхнє більше різноманітне сприйняття успішної жінки, з акцентом на якісно різні аспекти її життя і досягнення.

На питання про **професійне життя успішної жінки** респонденти різних вікових груп допускали можливість, що може бути пов'язане з будь якою сферою діяльності. Ми виділили наступні категорії “Вдале професійне життя”, “Кар'єрні аспекти”, “Завантаженість в роботі” (див. табл. 9).

Основні смислові категорії відповідей на запитання **“Професійне життя успішної жінки”**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Вдале професійне життя”	“цікаве”, “успішне”, “радує”, “насичене”, “незалежне”, “ідеальне”	59,2	33,3
2	“Кар'єрні аспекти”	“кар'єристка”, “робота на першому місці в житті”, “досягнення в кар'єрі”, “подумала- промовила - виконала”, “самовдосконалення”	20,3	36,5
3	“Завантаженість в роботі”	“складне зі стресами”, “важке”, “напружене з труднощами та проблеми”	-	23

На думку респондентів середнього віку, важливими аспектами у професійному житті успішних жінок є категорії “Кар'єрні аспекти” та “Вдале професійне життя”, яким приділяється більше уваги через накопичений досвід та розвиток кар'єри. Майже чверть опитаних в категорії “Завантаженість в роботі” вказують на наявність стресу в професійному житті успішних жінок “складне зі стресами”, “важке”, “напружене з труднощами та проблеми”. Це може вказувати на те, що для цієї групи опитаних стрес є складовою частиною професійного життя успішної жінки, що це може бути пов'язаним з високими вимогами або конкурентністю в її сфері діяльності.

Великий відсоток представників молодого віку уявляють професійне життя жінки з отриманням емоційного задоволення на це вказують відповіді, а саме: “цікаве”, “успішне”, “радує”, “насичене”, “незалежне”, “ідеальне”.

Деякі представники молодого покоління сприймають успішних жінок як осіб, які активно розвиваються в професійній сфері, визначаючи їх як "кар'єристики", для яких "робота на першому місці в житті", а досягнення в кар'єрі є важливими. Їхні уявлення також включають "подумала-промовила-виконала", "самовдосконалення" і "розвиток".

З цих відповідей видно, що сприйняття професійного життя успішних жінок залежить від вікових характеристик. У середньому віці більш акцент робиться на кар'єрних аспектах, водночас у молодого покоління більше уваги приділяється отриманню емоційного задоволення в професійній сфері.

Питання про **ідеал успішної жінки** отримані відповіді можна поділити на кілька категорій: "Відомі особистості", "Професійні досягнення", "Особистісні якості"(див. табл. 10).

Таблиця 10.

Основні смислові категорії відповідей на запитання "Ідеал успішної жінки"

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	"Відомі особистості"	Олена Зеленська, Ада Роговцева, Агата Крісті, Княгиня Ольга, Королева Єлизавета, Шанель Коко.	31,6	60,3
2	"Професійні досягнення"	"цілодобове", "незалежність рішень та дій", "має можливість та бажання реалізації задумів",	33,3	13,8
3	"Особистісні якості"	"щаслива", "самодостатня", "цілеспрямована", "гарна", "молода", "впевнена", "розумна"	15	6,9

У респондентів середнього віку домінуючою категорією виявилася категорія "Відомі особистості", які уособлюють ідеал успішної жінки для більшості відповідачів. До цієї категорії віднесені відомі жінки з історії та

сучасності Олена Зеленська, Агата Крісті, Княгиня Ольга, Королева Єлизавета, Коко Шанель. Невеликий відсоток респондентів вибрали категорію “Професійні досягнення” які вказують на важливість незалежності, реалізації задумів, впевненості у власних силах і здатності керувати своєю справою. “Особистісні якості” також зазначені, але в незначній кількості, що вказує на те, що не всі респонденти середнього віку ставлять сімейні цінності на перше місце у понятті ідеалу успішної жінки.

У відповідях респондентів молодого віку видно, що категорії “Професійні досягнення” та “Відомі особистості” є двома домінуючими аспектами в соціальному уявленні про ідеал успішної жінки. Це свідчить про активний інтерес молодого покоління до публічних фігур та професійного розвитку. Професійні досягнення можуть відображати бажання молодих респондентів самореалізовуватися та досягати успіху в кар’єрі. Відомі особистості також мають велике значення для молодого покоління, і це може свідчити про їхній вплив на суспільну свідомість і визнання тих, хто досягає успіху.

Категорія “Особистісні якості” зі словами ”щаслива”, “самодостатня”, “цілеспрямована”, “гарна”, “молода”, “впевнена”, “розумна” хоча менше виражена в молодшому поколінні порівняно з іншими аспектами, все одно уявляються важливими для ідеалу успішної жінки. Це може вказувати на збереження сімейних цінностей та бажання досягти балансу між професійним та особистим життям.

Зазначені відмінності між респондентами різних вікових груп можуть відображати еволюцію уявлень про успіх та ідеал успішної жінки в сучасному суспільстві. Ці різниці у сприйнятті ідеалу успішної жінки можуть бути визначені суспільними чинниками, які впливають на особисті погляди та цінності.

В питанні **“Успішних жінок чоловіки сприймають...”** ми розділили на категорії “Негативне сприйняття”, “Позитивне сприйняття”, “Амбівалентне сприйняття” які допоможуть систематизувати відповіді і зрозуміти, як

респонденти різного віку сприймають успішних жінок з психологічної точки зору (див. табл.11).

Таблиця 11.

Основні смислові категорії відповідей на запитання “Успішних жінок чоловіки сприймають”

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Негативне сприйняття”	“з побоюваннями”, “підозріло”, “насторожено”, “лякаються”, “погано”, “не люблять”, “із заздрістю”	25	36,8
2	“Позитивне сприйняття”	“з радістю”, “відмінно”, “з повагою”, “гарно”, “з цікавістю”	45	22,9
3	“Амбівалентне сприйняття”	“іноді з захопленням, а потім з острогою”; “успішна і сильна жінка - конкурент для чоловіка”, “коли з повагою, а потім з осудом”	12,5	15,8

В уявленні респондентів середнього віку категорія “Негативне сприйняття” набрала більше відповідей у відсотковому значенні, порівняно з молоддю. Відповіді включають такі поняття як “з побоюваннями”, “підозріло”, “насторожено”, “лякаються”, “погано”, “не люблять”, “із заздрістю”. Ці відмінності у відсотковому значенні в порівнянні з молодшим покоління підкреслюють, як соціокультурний контекст може впливати на уявлення в сприйнятті успішних жінок у суспільстві.

Представники молодого покоління мають більш позитивні уявлення щодо відношення чоловіків до успішних жінок та на нашу думку сприймають як варіант норми в сучасному суспільстві. Це може вказувати на толерантність та прийняття сучасних ідей про рівність статей та можливостей для успіху жінок.

Категорія “Амбівалентне сприйняття” з відповідями “від захоплення до

втоми”, “від інтриги до байдужості”, “хто з презирством, а хто з повагою”, “від захвату до закоханості” в обох вікових групах має невелику різницю у кількісних показниках. На нашу думку, це означає, що у людей присутні уявлення і про позитивне, і про негативне сприйняття чоловіками успішних жінок, а також, що не всі чоловіки однаково сприймають успішних жінок.

На питання: **“В Україні успішних жінок...”** проаналізувавши відповіді представників різних вікових груп нами відмічено наступні категорії “Багато”, “Сприймають позитивно”, “Сприймають негативно” (див. табл. 12):

Таблиця 12.

**Основні смислові категорії відповідей на запитання “В Україні
успішних жінок...”**

№	Смислові категорії (соціальні уявлення)	Приклади відповідей	Частота у групі молоді, %	Частота у групі осіб серед. віку, %
1	“Багато”	“достатньо”, “більшість”, “стає дедалі більше”, “багатежно”	68,1	38,6
2	“Сприймають позитивно”	“цінують”, “поважають”, “підтримують”	-	22,7
3	“Сприймають негативно”	“засуджують”, “знецінюють”, “критикують”, “заздять”, “не сприймають”	15,9	20,4

Ми звернули увагу, на суттєві відмінності у відсотковому значенні між різними віковими групами в категорії “Багато”. Аналіз демонструє, що з відповідями “достатньо”, “більшість”, “стає дедалі більше”, “багатежно”, молоде покоління уявляє можливу ознаку змін у стереотипах пов'язаних з традиційними жіночими ролями, такими як обов'язкова домовитість та хазяйновитість. Це свідчить про розширення і зміну соціальних уявлень про роль та можливості успіху жінок у суспільстві, а також про намір визнавати та цінувати їхні досягнення та внесок у суспільство.

В уявленнях представників середнього віку в категорії “Сприймають позитивно” та “Сприймають негативно” у відсотковому відношенні знаходяться в майже одному діапазоні. Це свідчить про те, що відношення до цього питання різняться та залежать від соціокультурного оточення, гендерними стереотипами та поглядом через особистий досвід.

Відсутність категорії "Сприймають позитивно" у групі молоді може свідчити про те, що деякі аспекти успіху жінок не отримують належного позитивного сприйняття або можуть бути недооцінені.

2.3. Практичне впровадження результатів

Лекція з соціальної психології для студентів спеціальності «Психологія»

Тема: Соціальні уявлення про успішну жінку

Кількість годин: 2

Вид заняття: лекція

Мета заняття:

– **навчальна:** ознайомити студентів з феноменом соціальних уявлень, науковими підходами до розуміння поняття «успіх»; ознайомити з результатами досліджень щодо соціальних уявлень про успішну жінку;

– **розвивальна:** розвивати здібності до аналізу соціальних уявлень про успішну жінку, вміння виокремлювати стереотипні уявлення; розвивати вміння аналізувати матеріал та робити узагальнення та висновки;

– **виховна:** виховувати інтерес до чинників відмінностей людей, толерантне ставлення до оточення;

Міжпредметні зв'язки: загальна психологія, вікова психологія.

Матеріально-технічне забезпечення заняття: друковані матеріали, мультимедійне обладнання, презентація, відео-матеріали.

Організація заняття: вітання, перевірка явки студентів і готовність

аудиторії до заняття.

Мотивація: підвищення рівня знань про феномен соціальних уявлень загалом та про вікові особливості соціальних уявлень про успішну жінку.

План

1. Феномен соціальних уявлень
2. Поняття про успіх у гуманітарних науках
3. Вікові особливості соціальних уявлень про успішну жінку

Активізація розумових здібностей: обговорення та аргументація власних уявлень про успіх, враховуючи різні соціокультурні підходи.

Самостійна робота:

Домашнє завдання: знайти та опрацювати результати досліджень науковцями соціальних уявлень про успіх.

Література:

1. Максименко С. Д., Соловієнко В.О. Загальна психологія: Навч. посібник. — К.: МАУП, 2000. —256 с.
2. Москаленко В.В. Соціальна психологія. Підручник. Видання 2–ге, виправлене та доповнене – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 688
3. Вінков В. Ю. Психологічні особливості уявлень молоді про життєвий успіх. *Український психологічний журнал*. 2018. №1. С. 17 – 29.

Викладач: магістр Саченко Людмила

ЗМІСТ ЛЕКЦІЇ

1. Феномен соціальних уявлень

“Феномен соціальних уявлень подібний до калейдоскопа, де кожен має свій унікальний вигляд на одну й ту ж картину.”

Одним із пріоритетних напрямів у соціальній психології – соціальні уявлення які постають важливою складовою повсякденного життя людини, її

ставлення до навколишнього світу та відносяться до когнітивної сфери.

Вивчення соціальних уявлень є важливим, оскільки вони визначають реальність та впливають на поведінку та соціальне життя індивідів. Розуміння походження таких уявлень є ключовим аспектом, адже воно дозволяє не лише переконатися в їх справедливості, але і розуміти їх обов'язковий вплив на індивіда. Однією з центральних проблем у концепції соціальних уявлень є розгляд того, як люди сприймають світ навколо, яким чином вони тлумачать своє повсякденне життя, і саме ці питання спонукали до створення цієї концепції.

Концепція соціальних уявлень є сьогодні однією з найвпливовіших теоретичних моделей західноєвропейської соціальної психології. Цю концепцію пов'язують з ім'ям французького психолога С. Московічі, а ширше, із "французькою дослідницькою школою", (Ж.-П. Кодол, Д.Жоделе та ін.). Соціальні уявлення – це спосіб, яким особистість сприймає та розуміє навколишній світ, надаючи сенс незнайомим об'єктам, подіям та явищам. Вони виконують роль механізму свідомості, допомагаючи особистості осмислювати те, що відбувається навколо неї. Соціальні уявлення допомагають людям орієнтуватися в фізичному та соціальному середовищі та впливають на їхню поведінку [10].

У ширшому плані соціальні уявлення розглядаються як властивості повсякденного практичного мислення, спрямовані на освоєння і осмислення соціального, матеріального і ідеального оточення. За допомогою соціальних уявлень кожна група будує свій образ соціального світу, його інститутів, влади, законів, норм. Соціальні уявлення – це інструмент не індивідуального, а групового соціального пізнання.

Велике значення в концепції соціальних уявлень приділяється виділенню соціальних функцій. Представники французької школи вважають найважливішою функцією соціальних уявлень те, що вони служать інструментом пізнання. Згідно з логікою представників даної теорії, спочатку

соціальні уявлення описують об'єкти, потім класифікують їх, і в кінці пояснюють. З іншого боку, відзначається, що соціальні уявлення не лише функціонують як когнітивна сітка для обробки інформації, але й є фільтром, що частково та вибірково трансформує інформацію зовнішнього світу. С. Московічі говорить про те, що саме соціальні уявлення спонукають людей формувати звички або, навпаки, не сприймати події зовнішнього світу. Іншими словами, людина бачить навколишній світ не таким, яким він є насправді, а "крізь призму власних бажань, інтересів і уявлень [19].

Другою важливою функцією соціальних уявлень є функція опосередкування поведінки. Соціальні уявлення кристалізуються в специфічних соціальних структурах (клани, церкви, соціальні рухи, сім'я, клуби і т.д.) і мають примусовий вплив, який поширюється на всіх членів цієї спільноти. Ця функція спостерігається як у поведінці, так і емоційних проявах. Так, Р. Харре, дослідивши вираження емоцій у різних культурах, виявив, що поява тих чи інших емоцій і їхні динамічні параметри залежать від соціальних уявлень, що існують в тих чи інших культурах. Інакше кажучи, соціальні уявлення трактуються як незалежна змінна, детермінуюча все різноманіття поведінки людини.

Соціальні уявлення як категорія соціальної психології є специфічною формою знання, яка об'єднує в собі понятійний і образний компоненти. Понятійний компонент обумовлюється науковим знанням, а образний – буденним знанням. Механізм зв'язку групи та виробленого нею соціального уявлення виступає у такому вигляді: група фіксує деякі аспекти соціальної дійсності, впливає на їхню оцінку, далі використовує своє уявлення про соціальне явище у формуванні ставлення до нього. З іншого боку, вже створене групою соціальне уявлення сприяє інтеграції групи, як би «виховуючи» свідомість її членів, доводячи до них типові, звичні інтерпретації подій, тобто сприяючи формуванню групової ідентичності. Соціальні уявлення довготривалі вони можуть передаватися з покоління в покоління.

Питання до студентів

- Як соціальні уявлення впливають на ваше сприйняття навколишнього світу?

У соціальних уявленнях ми знаходимо стереотипи, переконання, твердження або цінності, які допомагають людям орієнтуватися та домінувати у своєму соціальному оточенні. Соціальні уявлення допомагають людям орієнтуватися в фізичному та соціальному середовищі та впливають на їхню поведінку [11].

У структурі соціальних уявлень прийнято виділяти три важливі виміри (структурні компоненти): інформація, поле уявлень і установка.

1. Інформаційний компонент – включає в себе загальний обсяг знань про об'єкт уявлення. Судження, що входять до цього компонента, дозволяють визначити, наскільки точно властивості об'єкта представлені в соціальному уявленні. Аналіз інформаційної складової передбачає виділення із множини тих соціальних уявлень про певний об'єкт, які зустрічаються найчастіше. Саме вони визначають основний зміст уявлень досліджуваної соціальної групи.

2. Поле уявлення – це ієрархічна система зв'язків між елементами знання, єдність образних і смислових елементів уявлення.

3. Установка (атитюд) - інтегрує інформацію, отриману з уявлень групи та власного досвіду, й визначає ставлення суб'єкта до об'єкта та його готовність поводитися певним чином.

Серж Московічі, французький психолог та соціолог, розглядає соціальні уявлення як специфічний вид знання, яке виникає в процесі спілкування та взаємодії між людьми.

Можемо підсумувати таким чином, що соціальні уявлення - це специфічна форма пізнання, що стосується соціальної дійсності, яка допомагає людині розуміти соціальне середовище та взаємодію з іншими, а також орієнтує на її поведінку. Ці уявлення виникають у результаті

спілкування і взаємодії з іншими членами соціуму та можуть включати в себе переконання, ідеологічні погляди, загальні уявлення та знання, що є характерними для конкретної групи людей.

Питання до студентів

- Які соціальні уявлення про успіх існують, на ваш погляд, у нашому суспільстві? Про що вони? Який характер мають?

2. Поняття про успіх у гуманітарних науках

Одним з ключових аспектів в досягненні результатів діяльності є уявлення про успіх. Сучасне суспільство ставить перед людиною вимоги до все більш вдосконалених психологічних якостей: цілеспрямованості, наполегливості, впевненості, організованості, працьовитості. Ці якості пов'язані з емоційно-вольовою та мотиваційною сферами особистості. Людина має вроджене бажання досягти успіху – це щось настільки ж природне для неї, як і подих. Одна з найбільших її потреб – досягти мети у житті, для чого необхідно знання механізму успіху.

Питання до студентів

- Як ви розглядаєте успіх: як процес досягнення мети чи як результат досягненого?

Успіх – це не лише результат, але й процес руху на шляху до його досягнення, розвиток можливостей людини, розкриття її потенціалу. Вітчизняний вчений О. Бондаренко помітив, що ті, хто досягає у житті значно більшого, ніж інші, живуть не за типовим проектом, а за індивідуальним. Він виокремив такі базові умови реалізації персоналізованого «сценарію»: успішні люди не бояться проблем і труднощів; їм цікаво жити; усвідомивши свої справжні бажання, вони здатні зважитися на кардинальні зміни як в особистому, так і в професійному житті;

такі люди перебувають у постійному розвитку, що апріорі вимагає значних вольових зусиль; їм не важливо, що думають інші й чи співвідноситься їхнє самовідчуття із суспільними стереотипами успішності й престижу, – вони здатні створювати власний світ і світ навколо себе, тобто те, що нині називають «високою якістю життя». Таким чином, з психологічної точки зору успішність – це переживання стану радості, задоволення від того, що результат, до якого особистість прагнула у своїй діяльності, або збігся з її очікуваннями (із рівнем домагань), або перевершив їх. На основі цього стану формується стійке відчуття задоволення, а також більш сильні мотиви діяльності, змінюється рівень самооцінки, самоповаги. У тому разі, коли успіх стає стійким, постійним, часто розпочинається свого роду ланцюгова реакція, що визволяє величезні, приховані можливості особистості, несе невичерпний заряд духовної енергії. Отже, показниками успіху особистості є ступінь реалізації особистісного потенціалу, мрій, надій і прагнень особистості, її самоактуалізації, задоволеності досягненнями в значній сфері діяльності, ступенем, способом, результатами своєї самореалізації, тим, як склалося життя, а також самооцінка життєвого успіху.

У психології успіх найчастіше розуміють як уміння у дусі гармонії і рівноваги пристосовуватися до різноманітних і постійно мінливих умов життя; особливу оцінку людиною результату власних дій і зусиль, показник її своєрідного становища у суспільстві, що, відповідно, задає специфіку її соціальних зв'язків і відносин; реалізацію певного прагнення людини у конкретній життєвій ситуації, досягнення бажаної соціальної позиції та переживання задоволеності й високої самооцінки; є позитивним результатом наполегливої і непростої діяльності, спрямованої на досягнення значущих особистісних цілей, що відтворюють водночас і соціальні орієнтири суспільства особистісне зростання і розвиток [15].

Успіх може проявлятися для кожної людини по-різному. Для когось це отримання навичок – вивчення іноземної мови, водіння автомобіля або ж вироблення корисних звичок (наприклад, у харчуванні, ранніх

підйомах). Для інших успіхом може бути кар'єрний ріст, отримання більшого прибутку, а хтось вважатиме себе успішним, змінивши стиль мислення, відчуючи себе щасливим без будь-яких умов. Успіху можна досягнути без зусиль або ж, найчастіше, для того, щоб бути успішним, потрібно прикласти багато зусиль, часу. Багато людей кажуть, що успіх – це можливість реалізувати свої таланти, принести користь світу.

Феномен успіху з психології описується як відчуття радості та задоволення, що виникає, коли досягнуті результати в діяльності відповідають або перевершують очікування та рівень прагнень особистості. Поняття "успіх" часто вживається з такими термінами, як самореалізація, ціль, сенс життя, визнання, культурний ідеал та інші.

Питання до студентів

- Як успіх пов'язаний з особистісним зростанням і розвитком? Які ви бачите зв'язки між ними?

Проблема успіху і успішної людини не завжди була у фокусі уваги філософської науки. Нерідко мислителі висловлювали протилежні ідеї і погляди. Одні науковці бачили успіх в результаті зусиль людини, спрямованих на досягнення поставленої мети. Інші філософи вважали, що успіх – це дар Бога, пов'язуючи його з духовними факторами. Треті – бачили в успіху гру обставин. Хтось пов'язував успіх з внутрішнім станом людини, її душевним спокоєм, відсутністю страждань, позитивними емоціями, ототожнюючи успіх з поняттям щастя.

Питання до студентів

- Чи вважаєте ви, що в українській культурі успіх пов'язаний з природженими здібностями? Як це впливає на ваші уявлення про успіх?

В українській культурі запорукою успіху є природжені здібності, дані від Бога, а також удача. Дослідження показали, що основні типи поведінки, спрямовані на досягнення чи уникнення успіху, формуються між 3-м і 13-м роками життя людини як під впливом батьків (особливо вимогливості матері), так і під впливом навколишнього середовища. Домінант успіху визначає поведінку і дорослої людини. Вона виражена в ситуаціях досягнення, в яких є стандарти якості, де вирішуються завдання, результат яких оцінюється за цими стандартами; результат може бути успішним або неуспішним, і це залежить тільки від людини, тобто особа розуміє свою відповідальність за те, що виходить. Отже, розуміння поняття успіху у гуманітарному знанні філософії, ґрунтуються на уявленні про успішну людину як про особистість, сповнену недосяжними ідеалами, цілісну, наділену єдиним бажанням самореалізуватись, усвідомлення життєвих задач та розуміння їх успішного вирішення, стану гармонії особистості у своїй діяльності.

У гуманітарному контексті соціології, розуміння поняття успіху зазвичай аналізується з точки зору соціальної взаємодії особистості з оточуючим середовищем і визначає її роль у суспільному просторі. Розуміння успіху в психології виявляється в оцінці результатів діяльності особи з боку інших осіб, це значить, що успіх не тільки сприймається самою особою, а й підтверджується об'єктивними чинниками, які можуть включати в себе оцінку колег, експертів чи широкого громадського визнання.

Таким чином, комплексне розуміння поняття успіху особистості дозволяє розглядати його як цілісний конструкт, багатоаспектний у своїх виявах та взаємозв'язках з соціальними та культурними нормами.

3. Вікові особливості соціальних уявлень про успішну жінку

Нами було проведене дослідження з вивчення особливостей соціальних уявлень про успішну жінку серед молоді віком від 25-35 років (19 ж., 18 чол.)

та представників середнього віку від 45-55 років (21 ж., 22 чол.). Загалом вибірку склали 80 респондентів. Дослідження було анонімне, проводилося в онлайн-режимі з використанням гугл-форми.

Загальною тенденцією щодо основних рис успішної жінки, такі як цілеспрямованість і впевненість у собі, об'єднують погляди респондентів різних вікових груп.

Результати уявлень про головні цінності успішної жінки, підкреслюють індивідуальний характер кожної з опитаних вікових груп. Молодше покоління акцентує на професійних досягненнях, підкреслюючи важливість самореалізації, навчання, визнання та мотивації. У той час як середнє покоління віддає перевагу внутрішнім аспектам, роблячи акцент на особистісній задоволеності та розвитку. Щодо уявлення про мрії успішних жінок, можна дійти висновку, що молодь віддає перевагу різноманітним цінностям, де родина, щастя, професійне зростання є ключовими. Це свідчить про наближення до культурного розширення ролей жінок, де особисте та професійне життя мають взаємодіяти. З іншого боку, у людей середнього віку важливими є внутрішні аспекти, такі як саморозвиток, особистісне задоволення та емоційна гармонія. Тут родина, яка була ключовою для молодших респондентів, може витіснятися кар'єрними аспектами та реалізацією власних амбіцій. Це відображає не лише соціокультурний вплив, але й унікальність особистих переконань та досвіду кожного індивіда.

Загальний висновок уявлень про успішну жінку в дитинстві вказує, що серед молодого покоління акцент робиться на особисті риси, талант та сімейні цінності. Особливу увагу приділяють таким якостям, як самовпевненість, активність, творчість та виховання в любові. У той час як представники середнього віку визначають успіх через виражені лідерські якості, здатність будувати команду та адаптивність. Для них важливі також талант та інтелектуальні амбіції, а також підтримка та позитивна атмосфера в родині. Обидві категорії – представники середнього віку та молодого покоління – акцентують на позитивних лідерських якостях як ключовому

елементі успіху. Серед респондентів середнього віку визначаючими факторами успіху вважають підтримку наставництва та близьких людей. У молодшого покоління підтримка фінансова, визнається як важливий елемент успіху, разом із задоволенням психологічних потреб.

В аналізі відповідей того, як повинна виглядати успішна жінка, можна простежити те що, для молодого покоління акцент робиться на соціально-психологічних аспектах, таких як доглянутий вигляд, сексуальний вигляд, сучасність та задоволеність. Вони також визначають успішну жінку за її особистим стилем, який може бути різноманітним та індивідуальним. Це свідчить про те, що для молодого покоління важливе враження внутрішньої гармонії та індивідуальності. Респонденти середнього віку вкладають більший акцент на харизму, позитивний настрій, енергетичну привабливість та зовнішній вигляд, що може бути впливом культурних стереотипів та прийнятих уявлень про естетику та успіх.

Опитана молодь уявляє, що успішна жінка може забезпечити щасливе особисте життя, володіючи навичками контролю та планування. Навпаки, серед людей середнього віку виражена не задоволеність особистим життям успішної жінки. Це може вказувати на консервативні уявлення про ролі жінок та їхні обов'язки, що може бути пов'язано з певними труднощами в побудові щасливих особистих стосунків. Крім того, важливою стає категорія особистої (приватної) сфери для респондентів середнього віку, яка розглядається як закрита та таємна, що вказує на бажання зберегти приватність та уникнути впливу зовнішніх факторів.

Відповіді на питання про те, чим успішна жінка відрізняється від інших жінок, можна підсумувати так, що у людей середнього віку увага звертається на психологічне благополуччя для визначення успішної жінки. Зовнішність, хоча і важлива, проте менш акцентована, що може вказувати на більше уваги до внутрішніх якостей особистості в цій віковій групі. Професійні якості також враховуються, але в меншій мірі. У респондентів молодого віку, навпаки, найбільше уваги приділяється аспектам професійного зростання та

кар'єрних досягнень. Зовнішність також важлива, що вказує на активний інтерес до того, як жінка представляє себе в суспільстві.

Спостерігається важлива вікова динаміка в уявленнях різних груп респондентів про професійне життя успішної жінки, можна зробити висновок, що у людей молодого віку акцент робиться на емоційному збагаченні від професійної діяльності, тоді як серед людей середнього віку переважають кар'єрні досягнення та досвід. Це свідчить про еволюцію уявлень та цінностей в різних вікових групах сучасного суспільства.

Для респондентів обох вікових груп у поглядах на ідеал успішної жінки відомі особистості визнаються уособленням ідеалу, що свідчить про вплив суспільних ролей та героїнь на їхнє сприйняття успіху. До сприйняття успішних жінок молодше покоління виявляє більшу відкритість до новаторських уявлень про роль жінок у суспільстві, що може свідчити про перегляд традиційних стереотипів. У той час як середнє покоління залишається більш консервативним у своїх уявленнях, виражаючи певне непорозуміння та обережність щодо успіху жінок.

Отже, можна визначити загальний тренд до поступового зміцнення позитивного сприйняття успішних жінок в українському суспільстві, проте залишаються окремі негативні уявлення, які можуть бути пов'язані із залишковими стереотипами чи іншими соціокультурними чинниками.

Висновки до II розділу

У другому розділі було підсумоване емпіричне дослідження яке дозволяє зробити наступні висновки:

1. Відмінності соціальних уявлень у різних вікових групах, щодо головних цінностях успішної жінки в тому, що молодь вважає професійні досягнення та кар'єрний розвиток ключовими для успішної жінки, тоді як особи середнього віку акцентують увагу на внутрішньому розвитку як важливому елементу успіху. Молодше покоління визнає важливість розвитку

талантів та здібностей у дітей при формуванні успішної особистості в майбутньому, тоді як для середнього віку ключовий акцент на особистісних якостях для майбутнього успіху. В уявленнях молодого покоління успішна жінка вміє будувати та насолоджуватися особистим щасливим життям, а для представників середнього віку ця тема приватна і закрита та вбачають труднощі в побудові стосунків. В уявленні молоді кар'єрні досягнення та зовнішність, відрізняють успішну жінку від інших, тоді як для більшості осіб середнього віку психологічне благополуччя в пріоритеті. Молоде покоління уявляє позитивне ставлення чоловіків до успішних жінок, що може свідчити про сучасність у поглядах, а люди середнього віку мають консервативні погляди на нетрадиційні ролі жінок у суспільстві.

2. Спільне, що об'єднує більшість представників в соціальних уявленнях, що успішна жінка володіє емоційно-вольовими рисами характеру, а саме: цілеспрямованість, наполегливість та впевненість у собі, які сприяють досягненню своєї цілі та визначають конкретні кроки необхідні для успіху. Для всіх респондентів головною цінністю успішної жінки являється родина, що вказує на важливість сімейних зв'язків та ролі матері чи дружини у сучасному суспільстві.

3. Виходячи з результатів дослідження наступним етапом нашої роботи було надання практичних рекомендацій для студентів–практикантів з соціальної психології щодо специфіки соціальних уявлень про успішну жінку серед представників молоді та середнього віку у сприйнятті критеріїв успіху та ролі жінок у сучасному суспільстві. Враховуючи результати дослідження, ми рекомендуємо ознайомитися щодо специфіки соціальних уявлень про феномен успіху та звернути увагу на вплив уявлень про успішну жінку серед різних вікових груп. Ключовими аспектами можуть бути ознайомлення з науковими роботами дослідників для створення позитивного наративу щодо досягнень жінок у різних сферах життя. Такі заходи можуть сприяти динаміки змін у сприйнятті та переосмисленню уявлень про ролі жінок та визначенню критеріїв успіху в сучасному світі.

ВИСНОВКИ

1. Соціальні уявлення – це форма пізнання соціальної дійсності, яка допомагає людині розуміти соціальне середовище; вони виникають у результаті спілкування і взаємодії з іншими членами соціуму та можуть включати в себе переконання, ідеологічні погляди, загальні уявлення та знання, що є характерними для конкретної групи людей.

2. Розуміння поняття успіху для особистості представляє собою не лише досягнення конкретних результатів, але і постійний шлях самовдосконалення та розвитку, що сприяє досягненню поставлених цілей та залежить від особистих уявлень про успіх. Одним з ключових аспектів формування успіху є соціокультурне оточення, особисті цінності, виховання та життєвий досвід. Таким чином, комплексне розуміння поняття успіху особистості дозволяє розглядати його як цілісний конструкт, багатоаспектний у своїх виявах та взаємозв'язках з соціальними та культурними нормами.

3. Відмінне між молоддю та представниками середнього віку полягає в уявленнях щодо головних цінностей успішної жінки. Зокрема, молоде покоління акцентує увагу передусім на професійних досягненнях та кар'єрному розвитку, люди середнього віку – на саморозвитку жінки. Молоде покоління уявляє, що умовами успіху є амбіції та особистісний розвиток, тоді як люди середнього віку ведуть мову про лідерські якості характеру. Молоде покоління уявляє ідеал успішної жінки в поєднанні професійних досягнень та особистісних рис характеру, люди середнього віку його вбачають у відомих особистостях, використовуючи їхні досягнення як взірць для наслідування. В уявленнях молодого покоління успішна жінка має щасливе особисте життя, а для представників середнього віку ця тема приватна і закрита (вони вбачають труднощі в побудові стосунків). Молодим людям уявляється, що успішна жінка більшою мірою мріє про родину, респонденти середнього віку звернули на аспекти важливості відчуття щастя. Молоде покоління в образі успішної жінки поєднує внутрішні особистісні

якості та власний стиль, а люди середнього віку – зовнішній вигляд і особистісні риси. Молоде покоління має позитивні уявлення щодо ставлення чоловіків до успішних жінок, люди середнього віку мають консервативні погляди на роль жінки у суспільстві.

4. У спільних уявленнях представників обох вікових груп спостерігається визнання емоційно-вольових рис характеру успішної жінки (“цілеспрямованість”, “впевненість”, “оптимізм”, “врівноваженість”, “стресостійкість”), позитивне ставлення до жінок з лідерськими якостями, визнання сімейних цінностей та щастя як невід’ємних складових успіху.

5. Одним з перспективних шляхів практичного впровадження результатів уявляється використання останніх у педагогічній практиці. Це можуть бути або класичні навчальні лекції для студентів закладів вищої освіти з фаху «Психологія» (з курсів «Соціальна психологія» або «Гендерна психологія»), або науково-популярні лекції для членів жіночих громадських організацій.

Перспективи подальших досліджень надають важливий внесок у розуміння соціокультурних та вікових уявлень про успішну жінку, сприяючи розвитку сучасного суспільства в напрямку більш рівних можливостей та визнання жіночих досягнень у всіх сферах життя, починаючи від акценту на освіті та талантах у дитинстві до підтримки внутрішнього розвитку та кар’єрних досягнень у подальшому віці. Такий гнучкий підхід дозволить сприяти формуванню стереотипів і соціокультурних норм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко Л.О. Феномен соціальних уявлень у сучасній психології. *Актуальні проблеми психології*. 2013. Т.10, Вип. 25. С. 55-63.
2. Боровинська І.Є. До психологічного розуміння понять «успіх», «успішність», «життєвий успіх», «життєва успішність». *Науковий вісник Херсонського університету*. 2017. Вип. 3. С. 142 – 148.
3. Вінков В.Ю. Соціально-психологічні особливості вироблення молоддю уявлень про життєвий успіх: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. Київ, 2020. 367 с.
4. Вінков В. Ю. Психологічні особливості уявлень молоді про життєвий успіх. *Український психологічний журнал*. 2018. №1. С. 17 – 29.
5. Камінська С. В. Теоретичний аналіз наукових підходів до проблеми соціальних уявлень у психологічних дослідженнях. *Серія: психологічні науки*. 2014. Вип. 2. С. 32 – 36.
6. Левицька Л. А. Ціннісні орієнтації як запорука життєвого успіху особистості. *Психологія національної безпеки і благополуччя особистості: збірник тез 1-ї міжнар. наук.-практ. конф.* (Львів, 14-15 березня 2019 р.). Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 94-96.
7. Максименко С.Д., Зливков В. Л., Кузікова С. Б. Особистість у розвитку: психологічна теорія і практика: монографія / за ред. С. Д. Максименка. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 430 с
8. Поліванова О. Є. Взаємозв'язок уявлення про успіх та соціально-психологічних характеристик особистості у сучасній молоді. *Вісник Харківського університету*. 2014. № 1099. С. 19 – 22
9. Помиткіна Л.В. Психологія прийняття особистістю стратегічних життєвих рішень: монографія. Київ: НАУ, 2013. 381 с
10. Попович І.С. Психологія соціальних очікувань особистості: методологія, теорія і практика: навч-метод. посібник. Херсон: Олді-плюс, 2019. 158 с.

11. Романенко О. В. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження в теоретичних схемах західної соціальної психології. *Журнал: право і безпека*. 2005. № 4. С. 193 – 197.
12. Самкова О. М. Соціальні стереотипи і стереотипізація: аналіз сучасних теоретичних підходів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Психологічні науки*. 2013. Вип. 1. – С. 68–71
13. Струкова О.В. Соціально-психологічні аспекти мотивації жінок у бізнесі Вип. 16. 2020 С. 238–242
14. Тавровецька Н.І. Уявлення особистості про кар'єрний успіх. *Серія: психологічні науки*. 2022. Вип. 2. С. 101 – 107.
15. Тернова Ж.А. Лінгвоментальна інтерпретація жіночого образу "успішна жінка" на матеріалі лексико-семантичного поля "професія" в українській прозі кінця ХХ– початку ХХІ ст. *Серія: гуманітарні науки*. 2022. Вип. 1. С. 87–94.
16. Чучиліна К. С. Чинники професійного успіху молодих фахівців у сучасному українському суспільстві: автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. Харків, 2016. 23 с.
17. Химович О. Стереотип: теоретико-методологічні підходи до інтерпретації / О. Химович // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – міжвузів. зб. наук. пр. Запоріжжя 2013. – Вип. 59–60. С 66–76
18. Hall T., Coffey A. Learning selves and citizenship: Gender and youth transitions. *Journal of Social Politics*. 2007. Vol. 36. Is. 2. P. 279 – 296.
19. Moscovici S. The phenomenon of social representations. *Social representations: Explorations in social psychology*. S. Moscovici / Ed. by G. Duveen. New York: New York University Press, 2000. P. 18–77.
20. Ryan R., Deci E. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychology*. 2000. Vol. 55 Is. 1. P. 68 – 78.

ДОДАТКИ

Додаток А

Авторська анкета

“Основні риси характеру успішної жінки...”

“Головні цінності успішної жінки”

Успішна жінка мріє про...”

“У дитинстві майбутня успішна жінка...”

“Успішною жінка може стати за умови...”

“Успішна жінка виглядає...”

“Особисте життя успішної жінки...”

“Від інших жінок успішна жінка відрізняється...”

“Професійне життя успішної жінки...”

“Ідеал успішної жінки...”

“Успішних жінок чоловіки сприймають...”

“В Україні успішних жінок...”