**Назва**

**«СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ У СПРИЙНЯТТІ ОБРАЗУ ПОЛІЦЕЙСЬКОГО»**

**Шифр**

**«Образ поліцейського»**

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ВСТУП……………………………………………………………………….** | 3 |
| **РОЗДІЛ 1**. **Теоретичний аналіз стереотипу як психологічної категорії** | 6 |
| 1.1. Загальна характеристика стереотипу: аналіз визначень, структурні елементи та функції……………………………………………. | 6 |
| 1.2. Вплив засобів масової інформації на формування стереотипів. | 9 |
| Висновки до першого розділу……………………………………….. | 12 |
| **РОЗДІЛ 2. Емпіричне дослідження стереотипів у сприйнятті образу працівника поліції…………………………………………………………** | 13 |
| 2.1. Характеристика вибірки та методів дослідження……………… | 13 |
| 2.2. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження. | 15 |
| 2.2.1. Особливості сприйняття образу працівника поліції у різних вибірках досліджуваних……………………………………………………. | 15 |
| 2.2.2. Особливості внутрішньої організації визначених структурних компонентів у сприйнятті образу поліцейського…………………………. | 20 |
| 2.2.3. Характеристика образу поліцейського у ЗМІ………………… | 25 |
| Висновки до другого розділу…………………………………………. | 27 |
| **ВИСНОВКИ………………………………………………………………….** | 29 |
| **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ………………………………….** | 31 |
| **ДОДАТКИ…………………………………………………………………….** | 35 |

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** У сучасних умовах гібридної війни, коли український уряд проводить ряд реформ (зокрема, антикорупційна, освітня, медична, пенсійна, судова тощо), оцінка їх результатів є життєвого важливою для держави. Однією з них була реформа правоохоронних органів, що мала на меті як покращення ефективності, так і поліпшення ставлення українців до представників закону.

Незважаючи на те, що реформа правоохоронних органів розпочалась у 2015 році, на сьогоднішній день тема сприйняття працівників поліції пересічними громадянами є мало дослідженою, що не дає змоги у повній мірі оцінити результати реформ. Актуальною її робить також той факт, що за час від початку проведення АТО, за даними Державної служби статистики, збільшилось кількість правопорушень, експерти вказують також на збільшення за цей час нелегальної зброї на 1,5 млн. одиниць. З іншого боку, сьогодні існує недобір до лав працівників Національної поліції, що може відображатися на ефективності роботи в умовах підвищеної злочинності.

Отже, вивчення стереотипів у сприйнятті поліцейських допоможе виявити ставлення людей до поліції в цілому, що впливає, зокрема, на рішення стати працівником поліції. Урахування результатів досліджень стереотипів у сприйнятті зможе покращити соціальну престижність правоохоронних органів, що дозволить збільшити набір, і як наслідок посилити національну та внутрішню безпеку України.

Дослідженнями проблем, пов'язаними зі стереотипами у сприйнятті та мисленні, займалися такі вітчизняні науковці: Л. Акімова, О. Блинова, М. Бутиріна, У. Ільницька, Л. Кияшко, О. Колісник, С. Красний Р. Лавлінський, Ю. Мединска, В. Роєнко, О. Самкова, Т. Семашко, О. Тирон, В. Ханстантинов, О. Яцина та ін., серед зарубіжних дослідників: К. Андреолетті, Р. Ашмор, М. Банаджі, Дж. Бах, М. Гері, Дж. Гілтон, А. Грінвальд, П. Глік, П. Дівайн, А. Еглі, В. Ілюшкін, Дж. Кадді, М. Лахман, У. Ліпман, Д. Міллер, Л. Рудман, К. Стіл, Н. Суходольска, С. Фіск, Е. Шаррер, І. Щекотихіна та інші.

**Мета дослідження:** визначити структурні особливості сприйняття образу поліцейського у повсякденному житті.

Основні **завдання дослідження:**

1) Здійснити теоретичний аналіз поняття «стереотип», проаналізувати його структуру, виокремити основні характеристики.

2) Розробити опитувальник з метою визначення стереотипів у сприйнятті образу поліцейського та створити на основі емпіричного дослідження тестові норми до розробленого опитувальника.

3) Емпірично дослідити особливості сприйняття образу поліцейського за допомогою розробленої теоретичної моделі, що ґрунтується на визначені стереотипів сприйняття на основі когнітивного, емоційного та поведінкового компонентів. Порівняти отримані результати на трьох соціальних групах: студентах вишу, учнів ліцею та шкіл.

4) Встановити особливості внутрішньої організації визначених факторним аналізом структурних компонентів стереотипів сприйняття образу поліцейського та виокремити фактори, що обумовлюють формування стереотипів про працівників поліції.

5) Проаналізувати зміст телевізійних новин з метою визначення образу поліцейських, що створюють та розповсюджують засоби масової інформації серед численної аудиторії.

**Об'єкт дослідження:** стереотипи про працівників поліції.

**Предмет дослідження:** психологічні особливості сприйняття образу поліцейського.

**Методи та методики дослідження.** У роботі використовувались наступніметоди: а)теоретичні – аналіз і синтез, узагальнення та систематизація матеріалу; б) емпіричні – опитування з використанням авторської методики «Стереотипи про працівників поліції», метод контент-аналізу; в) методи математично-статистичної обробки даних– якісний та кількісний аналіз результатів з використанням процедури факторного аналізу (STATISTICA 10.0), критерій кутового перетворення Фішера, критерій лінійної кореляції Пірсона.

**Практичне значущість результатів дослідження:** отримані результати можуть використовуватись під час: роботи над створенням позитивного іміджу, розробки рекламних банерів та листівок для покращення набору та відбору, створення та проведення тренінгових занять для працівників поліції.

Результати наукового дослідження впроваджено у навчальний процес факультету управління персоналом, соціології та психології Київського національно економічного університету ім. Вадима Гетьмана та у практику Херсонського академічного ліцею ім. О.В. Мішукова.

**Апробація результатів**. Результати пілотного дослідження представлені у статті «Сприйняття молоддю іміджу працівника силових структур» (збірник наукових праць студентів, викладачів та молодих вчених «Інсайт» випуск № 14).

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, 2-х розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 32 одиниці та додатків. Робота містить 5 таблиць та 6 рисунків.

**РОЗДІЛ 1.**

**ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТЕРЕОТИПУ ЯК ПСИХОЛОГІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ**

**1.1. Загальна характеристика стереотипу: аналіз визначень, структурні елементи та функції**

Слово «стереотип» є давньогрецького походження, що перекладається як «твердий відбиток» (stereos – «твердий», types – «відбиток»), яким в типографії позначали монолітну форму, що використовували для печатних машин [14]. Поняття «стереотип» у наукову термінологію ввів американський соціолог У. Ліппман, у книзі «Суспільна думка» у 1922 року автор визначив стереотипи як впорядковані, схематичні, детерміновані культурою «картинки» світу «в голові» людини, які заощаджують його зусилля при сприйнятті складних соціальних об'єктів і захищають його цінності, позиції і права [19, с. 152]. У. Ліппман вважає, що світ є занадто складним для пізнання його людиною, тому відбувається процес спрощення, що призводить до появи стереотипу [28].

Однак попри те, що термін «стереотип» існує уже майже 100 років у зарубіжній та вітчизняній психології не існує єдиного узгодженого визначення. Більшість психологів розглядають його як переконання, упередження, настанову тощо. Ці поняття пов’язані іноді причино-наслідковими зв’язками [31, с. 520]. Зокрема, стислий словник з психології визначає стереотип як спрощене сприйняття будь-якого аспекту соціального світу, що часто має тенденцію бути основою для упередження [30, с. 127].

Схоже визначення знаходимо у психологічному словнику за ред. Б. Мерщерякова та В. Зінченко, в якому соціальний стереотип визначається як стійке, категоричне і вкрай спрощене уявленню (думка, судження) про будь-яке явище, групу, історичну особистість, що поширене в даному соціальному середовищі та засвоюється індивідом в процесі соціалізації [6]. Проте використання терміну «стереотип», на нашу думку, до явищ та історичних осіб є недоречним, оскільки більшість наукової літератури все ж таки визначає стереотип як феномен, що пов’язаний з соціальними групами. Зокрема, Кембриджський словник з психології вказує, що стереотип – це переконання, які стосуються груп [31]. Більш доречним у випадку з історичними особами і явищами користуватись термінами «міф» та «переконання».

Найбільш узагальнене визначення надає словник з психології Американської психологічної асоціації: «Стереотип – це набір когнітивних узагальнень (наприклад, переконань, очікувань) про якості і характеристики членів групи або соціальної категорії. Стереотипи, як схеми, спрощують і пришвидшують сприймання та судження, але вони часто гіперболізовані, скоріше негативні, ніж позитивні, та стійкі до змін навіть тоді, коли люди, що сприймаються не є конгруентні стереотипу» [22, с. 1031].

Проте в наведених визначеннях не вказано, що стереотип впливає на поведінку з стереотипізованим об’єктом, що є емпірично доведеним. У такому випадку може відбуватися біхевіоральне підтвердження – тип пророцтв, що несвідомо самореалізуються за допомогою соціальних очікувань, які змушують людей діяти так, що їх поведінка спонукає інших підтвердити ці очікування [10]. Слід також зазначити, що стереотип на відміну від суджень, уявлень та переконань є завжди емоційно забарвлений [4, с. 39]. Тому, на основі вище зазначених дефініцій, пропонуємо таке робоче визначення: «Стереотип – це набір емоційно забарвлених когнітивних узагальнень (переконань, настанов, уявлень) щодо характеристик і якостей членів соціальної групи або категорії, що викривляють сприйняття та змінюють поведінку до стереотипізованого об’єкта».

У класичних наукових дослідженнях було продемонстровано, що стереотип має автоматичні та контрольовані процеси (компоненти). Автоматичні процеси пов’язанні з мимовільною активацією вивченого набору асоціацій або реакцій, які були створенні шляхом багаторазові активації в пам’яті. Вони не потребують свідомих зусиль та активуються за наявності стимулів у зовнішньому середовищі. На противагу, контрольовані процеси довільні та потребують активної уваги особистості. Хоча ці процеси і обмежені за продуктивністю, проте є більші гнучкими, ніж автоматичні процеси. Цілеспрямованість та гнучкість контрольованих процесів є особливо важливою для прийняття рішень, вирішення проблем та ініціації нових форм поведінки. Функціонування автоматичних або контрольованих процесів залежить від ситуації та її наслідків. Наприклад, контрольовані процеси можуть перешкоджати автоматичним, коли наслідки цього процесу суперечать меті особистості щодо створення і підтримки безпристрасності [25].

Проте автоматичні процеси не є фіксованими та неминучими, на їх прояв впливають такі чинники: а) самомотивація та соціальні мотиви; б) конкретні стратегії (придушення стереотипу або введення контр стереотипу; с) фокус уваги; г) конфігурація стимулів. Також, показано, що індивідуальні характеристики членів групи впливають на ступінь активації (глобальних) стереотипів та упереджень [24].

З іншого боку, ситуаційні чинники відіграють значну роль для роботи автоматичного стереотипу. Зокрема, люди частіше покладаються на стереотипи в умовах дефіциту часу, втоми, при надмірній занятості, емоційному збуджені та в незрілі роки, коли людина ще не навчилась добре розбиратися в людях [10]. Зазначимо, що використання стереотипів у зазначених ситуація пов’язано їх функціями.

Дослідниця О. Блинова виділяє функції, що виконує стереотип на індивідуальному та груповому рівні. На індивідуальному рівні для стереотипу характерні функції: а) когнітивна – полягає в формуванні картини світу (що включає «Я – образ»); б) захисна – збереження цієї картини світу. На груповому рівні, крім вище вказаних додаються такі функції: а) ідеологічна (формування і збереження групової ідеології, що пояснює та виправдовує поведінку групи); б) ідентифікуюча – створення і збереження позитивного образу групи [4, с. 39].

Науковиця І . Щекотихіна вказує, що існує два найпоширеніші погляди на структурні компоненти стереотипи. Перший підхід, що є найбільш популярним, виділяє декілька рівні у структурі стереотипу: а) когнітивний рівень – пов’язаний з генералізацією та схематизацією отриманої інформації, що призводить до спрощення соціальної реальності; б) ціннісний рівень – відображає ставлення суб’єкта, що включає емоції, почуття симпатії та антипатії до реального або символічного об’єкта. З точки зору другого підходу, структура стереотипу включає: а) когнітивний рівень – уявлення, переконання; б) афективний – емоційні, почуття, що формують оцінку; в) поведінковий – готовність особистості до певної поведінки [19, с. 154-155].

На нашу думку другий підхід у роботах І. Щекотихіної найбільш вдало відображає та дозволяє дослідити структурні компоненти стереотипів. Дані компоненти будуть використані для розробки авторського діагностичного інструментарію з метою емпіричного дослідження стереотипів сприйняття образу поліцейського. Оскільки переконання та уявлення щодо власної поведінки у меншій мірі прогнозують реальну поведінку, вважаємо доцільнішим зробити акцент на уявленнях про поведінку поліцейських. Так, когнітивна сфера буде відображати пізнавальні здібності та знання поліцейських, емоційна – ставлення особистості (емоції, почуття) та уявлення про емоційну сферу поліцейських, поведінкова – уявлення досліджуваних про поведінку поліцейських. Отже, дослідження цих компонентів стереотипів у сприйнятті образу поліцейських буде проведено в емпіричному досліджені.

**1.2. Вплив засобів масової інформації на формування стереотипів**

Законом України «Про інформацію» у ст. 22 визначено, що засоби масової інформації (ЗМІ) – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації [11]. Численна наукова література припускає, що головним чинником створення образу та стереотипів щодо працівників силових структур є саме ЗМІ, оскільки не кожна людина безпосередньо має контакт з поліцією, що змушує людину опиратись на інформацію в ЗМІ [3;7; 9; 16; 18]. Проте, це може призводити до негативних наслідків, що розкриті в теорії загрози стереотипів.

Теорія загрози стереотипів припускає, що стереотипи в ЗМІ нав’язують негативний ярлик, направлений на певну соціальну групу, призводить до того, що негативний стереотип погіршує діяльність та самосприйняття особистості з цієї групи. Зокрема у мета-аналізі M. Апель у 33 експериментах було виявлено вплив стереотипів у ЗМІ на пізнавальні та навчальні досягнення стереотипізованих об’єктів [23]. Інший приклад: дослідження, що охоплювало приблизно 350000 досліджуваних з 66 країн підтвердило, що чим нижче рівень гендерних стереотипів щодо жінок у науці, тим більше їх представництво в ній [29].

На основі аналізу наукової літератури, з’ясовано, що ЗМІ мають значний вплив на широкі маси через чотири чинника. Перший чинник – технічна забезпеченість, що передбачає використання спеціальних засобів для поширення інформації для постійного впливу на численну аудиторію, можливість різнобічно подавати інформацію, тобто через пресу (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити тощо.

Другий чинник – соціально-психологічний, що пов’язаний с характеристиками постіндустріального суспільства, де потреба в знаннях, інформації є провідною. У постіндустріальному суспільстві інформація постає як цінність, а основною діяльністю є її створення. Так, підтвердженням цього постулату є збільшення значення вищої освіти та кількості людей, що її отримує [1; 5, с.57].

Третій чинник – психологічний, яким ми позначили застосування ЗМІ навіювання, переконання та міфологія, за допомогою яких здійснюється психологічне зараження, формуються еталони, які викликають моду і наслідування [15; 16]. Останнім чинником є особливості психіки людей. З одного боку, оскільки сприйняття і пам’ять мають обмежений обсяг, то ЗМІ можуть здійснювати значний вплив на масову свідомість через відбір інформації у медіапросторі. З іншого боку, особливості та операції мислення (категоризація й схематизація) можуть бути основою для стереотипу [17].

За Д. Канеманом у мисленні особистості існують дві паралельні та незалежні системи. «Система 1» – інтуїтивна, мимовільна, автоматична, швидка, що забезпечує її високу продуктивність. Операції в цій системі не потребують зусиль, вони асоціативні, часто емоційно забарвлені тому їх складно контролювати та модифікувати. «Система 2» – обчислювальна, довільна, підконтрольна, рішення в рамках якої приймаються значно повільніше і вимагають зосередження уваги та зусиль. На нашу думку, можна провести пряму паралель між системами мислення та компонентами стереотипів (див. Розділ 1. 1) [2, с. 285].

Особливою категорією психічних феноменів є когнітивні викривлення. Перерахуємо деякі з них:

а) евристика доступності – стратегія винесення суджень про ймовірність події, основою для висновку є більш когнітивно доступна інформація, що збережена в пам’яті. Когнітивна доступність обумовлена тим, що емоційно забарвлена та повторювана інформація запам’ятовується краще, а вибірковість уваги забезпечує її актуалізацію. Зокрема, люди переоцінюють ймовірність авіакатастроф, оскільки вони широко висвітлюються ЗМІ, та недооцінюють випадки смерті від діабету, оскільки ця інформація менш когнітивна доступна для її когнітивної обробки. Евристика доступності є основою для ілюзорної кореляції [32; 22, с. 100];

б) ілюзорна кореляція – це феномен сприйняття, що виражається у помилковій кореляції між двома змінними, що насправді або не мають взаємозв’язку, або мають значно менший, чим припускають (наприклад, мудрість та старість) [32, с. 248]. Науковці Д. Гамільтон та Р. Гіфорд виявили, що ці кореляції можуть призводити до стереотипів (зокрема, расових) [26]. В іншому досліджені Д. Гамільтона було виявлено, що стереотипи можуть привести до очікування від соціальних груп певної рис, що потом виражається в переоцінці частоти кореляцій цих змінних [27];

в) «ефект ореола – ефект одностороннього і часто спотвореного сприйняття і оцінки людини людиною, що породжується впливом уже сформованого образу або враження про людину на його подальше сприйняття та оцінку» [13, с. 260]. Якщо сформований образ людини є позитивним/негативним, то відбирається в основному тільки інформація, яка підкріплює, а не спростовує вже сформований позитивний/негативний образ. Ефект ореола частіше всього виникає при сприйнятті та оцінці незнайомих людей, причому в умовах, коли спілкування з людиною виявляється короткочасним, епізодичними і переривається великими інтервалами у часі. Тому, поліція має ідеальні умови для того, щоб стати об’єктом ефекту ореола.

Отже, на основі викладеного матеріалу ефективна взаємодія ЗМІ та поліції є чинником для формування позитивного образу працівників поліції у населення. У емпіричній частині дослідження ми плануємо провести контент-аналіз телевізійних новин з метою визначення психологічних особливостей, що формують образ поліцейського та мають найбільшу аудиторію серед ЗМІ.

**Висновки до першого розділу:**

Теоретико-методологічне дослідження дозволило проаналізувати загальне розуміння поняття «стереотип» у науковому дискурсі. На сьогоднішній день загальноприйнятого визначення терміну «стереотип» не існує. Більшість психологів розглядають його як переконання, упередження, настанову тощо. У нашому дослідженні пропонуємо визначати поняття «стереотип» як набір емоційно забарвлених когнітивних узагальнень (переконань, настанов, уявлень) щодо характеристик і якостей членів соціальної групи або категорії, який викривляє сприйняття та змінює поведінку до стереотипізованого об’єкта.

Аналіз наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених дозволив визначити основні структурні компоненти стереотипів для емпіричного дослідження: когнітивний, емоційний та поведінковий. Дослідження цих компонентів стереотипів у сприйнятті образу поліцейських буде проведено в емпіричному досліджені.

**РОЗДІЛ 2.**

**ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ У СПРИЙНЯТТІ ОБРАЗУ ПРАЦІВНИКА ПОЛІЦІЇ**

**2.1. Характеристика вибірки та методів дослідження**

У другому розділі наукової роботи нами були поставлені такі завдання:

1. Розробити опитувальник з метою визначення стереотипів у сприйнятті образу поліцейського та створити на основі емпіричного дослідження тестові норми до розробленого опитувальника.

2. Емпірично дослідити особливості сприйняття образу поліцейського на основі когнітивного, емоційного та поведінкового компонентів стереотипів, порівнюючи три соціальні групи (студентів вишу, учнів ліцею та учнів шкіл).

3. Встановити особливості внутрішньої організації визначених структурних компонентів.

4. Виявити характеристики образу поліцейського, що створюється за допомогою ЗМІ (на прикладі телевізійних новин).

У емпіричному дослідженні прийняли участь 159 осіб,що були випадковим чином відібрані серед студентів 1-4 курсів факультету психології, історії та соціології Херсонського державного університету (60 осіб), учнів 9-11 класів Херсонського академічного ліцею імені О. В. Мішукова (63 особи) та учнів 9-11 класів Херсонської спеціалізованої школи І-ІІІ ступенів № 57 та Херсонської загальноосвітньої школи I-III ступенів № 13 (36 осіб).

Для вирішення поставлених у дослідженні завдань було розроблено та використано опитувальник «Стереотипи про працівників поліції» (додаток А). Опитувальник дозволяє кількісно і якісно описати індивідуальні, суб’єктивні стереотипи досліджуваних у сприйнятті представників поліції. Опитувальник складається з 21 біполярної вербальної шкали (від -3 до 3), полюси яких були задані протилежними твердженнями.

Шкали у методиці відображують структурні компоненти стереотипів, виділені нами раніше (див. розділ 1.1), а саме: когнітивний, емоційний та поведінковий компоненти у сприйнятті образу поліцейського.

Шкала когнітивних стереотипів направлена на вивчення уявлень досліджуваних про пізнавальну сферу поліцейських, що включає запитання щодо швидкості прийняття рішень, рівня інтелекту, здатності запам’ятовувати в критичній ситуації, професійних знань поліцейських, об’єктивності сприйняття, логічності мислення, здатності до зосередженості.

Шкала емоційних стереотипів відображає вивчення емоцій та почуттів пересічних людей до поліцейських та самих поліцейських, що включають запитання про емпатійність, емоційну стабільність, відчуття страху, задоволеність роботою поліцейських, а також про інтерес, ненависть та повагу досліджуваних до поліцейських.

Остання шкала – поведінковий компонент, розкриває стереотипи досліджуваних про характеристику дій та вчинків представників поліції, що складається з запитань щодо агресивності, послідовності та організованості їх дій, хабарництва, рівня виконання професійних обов’язків, навичок та вмінь.

Таким чином, опитувальник дозволяє виявити як загальні стереотипи у сприйнятті працівників поліції (загальний показник), так і його складові (когнітивну, емоційну та поведінкову шкалу).

Обробка методики відбувається за допомогою семибальної шкали, що оцінює прямі та зворотні твердження. Запитання, що входять до окремої шкали та загального показника зображені у таблиці 2.1.

*Таблиця 2.1*

**Склад запитань за окремими шкалами та загальним показником сприйняття образу поліцейського**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Шкала поведінкових стереотипів | Шкала емоційних стереотипів | Шкала когнітивних стереотипів | Загальний показник |
| Прямі твердження | 1,7,11,17 | 5,12,15,20 | 3,9,13,19 | 1,3,5,7,9,11,12,13,15,17,19,20 |
| Зворотні твердження | 4,10,14 | 2,8,18 | 6,16,21 | 2,4,6,8,10, 14 16,18,21 |
| Усього тверджень | 7 | 7 | 7 | 21 |

Розрахунок показників за методикою відбувається за такою формулою:

$P= \frac{∑Z}{N}$ , де $P$ – показник, $Z$ – запитання, що входять до шкали, $N$ – кількість запитань у шкалі.

Для кожного показника були розроблені тестові норми (N 159):

1. Когнітивний компонент: від 1до 3,28 – низький рівень, від 3,29 до 5,39 — середній рівень, від 5,4 до 7 – високий рівень.

2. Емоційний компонент: від 1 до 3,25 – низький рівень, від 3,26 до 5,11 – середній рівень, від 5,12 до 7 – високий рівень.

3. Поведінковий компонент: від 1 до 3,00 – низький рівень; від 3,01 до 5,13 – середній рівень; від 5,14 до 7 – високий рівень.

4. Загальний показник: від 1 до 3,28 – низький рівень, від 3,29 до 5,11 – середній рівень, від 5,12 до 7 – високий рівень.

Інтерпретація результатів проводиться за вищезазначеними шкалами: низький рівень позначає сприйняття досліджуваними поліцейських у негативних стереотипах, середній рівень – наявність нейтральних стереотипів, високий рівень – позитивний стереотип.

**2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження**

**2.2.1. Особливості сприйняття образу поліцейського у різних вибірках досліджуваних**

З метою визначення стереотипів досліджуваних у сприйнятті працівників поліції, нами було використано авторський опитувальник «Стереотипи про працівників поліції». Для дослідження було визначено три групи, до яких увійшли студенти, учні ліцею та шкіл. За допомогою критерію кутового перетворення Фішера, ми порівняли розподіли даних за групами та шкалами, що були отримані після обробки та інтерпретації зібраних даних.

За шкалою поведінкових стереотипів (рис. 2.1) є значущі відмінності між студентами та учнями ліцею за низьким рівнем стереотипів (φ\*емп = 2,6, р≤0,01). Всередині групи «студенти» є також значимі відмінності між низьким та високим (φ\*емп = 2,09, р≤0,05) рівнями стереотипів. Отже, учні ліцею більше ніж студенти схильні оцінювати поведінку працівників поліції як агресивну, непослідовну, неорганізовану, а самих поліцейських як непродуктивних, з низьким рівнем розвитку навичок та вмінь, що не виконують власні службові обов’язки. Студенти ж загалом схильні оцінювати поведінку працівників поліції як спокійну, послідовну, організовану, а поліцейських вважати продуктивними, з високим рівнем розвитку навичок та вмінь, що дозволяють ефективно виконувати роботу.

**Рис. 2.1. – Розподіл даних за шкалою поведінкових стереотипів у сприйнятті образу поліцейського у різних групах досліджуваних (у %)**

За шкалою емоційних стереотипів (рис. 2.2.) між студентами та школярами є значущі відмінності за низьким (φ\*емп = 1,88, р≤0,05) та середнім (φ\*емп = 1,86, р≤0,05) рівнями стереотипів. Таким чином, школярі більше схильні до негативних емоційних стереотипів у сприйнятті, що виражається у почуттях страху, байдужості, відрази, ненависті до поліцейських, які на думку досліджуваних, є емоційно нестабільними та відстороненими від постраждалих. З іншого боку, студенти університету більше ніж школярі схильні оцінювати поліцейських через нейтральні стереотипи, які не мають емоційно забарвленого полюсу (позитивного або негативного).

**Рис. 2.2. – Розподіл даних за шкалою емоційних стереотипів у сприйнятті образу поліцейського у різних групах досліджуваних (у %)**

За шкалою когнітивних стереотипів (рис. 2.3) виявлені значущі відмінності між учнями ліцею та студентами за низьким (φ\*емп = 3,17, р≤0,01) та середнім (φ\*емп = 2,36, р≤0,01) рівнями когнітивного компоненту. Всередині групи «учні ліцею» також є значущі відмінності між низьким та високим (φ\*емп = 1,78, р≤0,05) рівнями. Так, учні ліцею схильні у більшій мірі негативно оцінювати їх когнітивні процеси: вважати їх упередженими, неуважними, нелогічними, з низьким рівнем знань та інтелекту, що довго приймають рішення та погано запам’ятовують обличчя підозрюваних у критичних ситуаціях.

Припускаємо, що учні ліцею загалом мають вищу самооцінку ніж школярі, оскільки самооцінка залежить також від зовнішніх факторів, адже ліцеїсти навчаються в одному з кращих закладів Херсонської області [10]. Таким чином, більш висока самооцінка, на нашу думку, може призводити до більш критичної оцінки інтелектуальних здібностей інших людей. З іншого боку, треба зазначити, що студенти більш схильні оцінювати поліцейських стримано, у межах нейтральних стереотипів, не виявляючи високих крайніх оцінок, що вказує на відсутність упередженості відносно працівників поліції.

**Рис. 2.3. – Розподіл даних за шкалою когнітивних стереотипів у сприйнятті образу поліцейського у різних групах досліджуваних (у %)**

За загальним показником стереотипів у сприйнятті образу працівників поліції було (рис. 2.4) виявлено значущі відмінності серед студентів та школярів (φ\*емп = 1,85, р≤0,05), студентів та учнів ліцею (φ\*емп = 1,98, р≤0,05) у середньому рівні, а також між студентами та школярами (φ\*емп = 1,88, р≤0,05), студентами та учнями ліцею (φ\*емп = 3,41, р≤0,01) у низькому рівні стереотипів. Також встановлено значимі внутрішньогрупові відмінності між високим та низьким рівнем стереотипів в групах учнів ліцею (φ\*емп = 2, р≤0,05) та студентами (φ\*емп =2,09, р≤0,05). Таким чином, виявлені міжгрупові відмінності: учні ліцею та шкіл у більшій мірі схильні до негативної загальної оцінки працівників поліції, ніж студенти вищого навчального закладу. Студенти ж схильні оцінювати поліцейських в нейтральних стереотипах, що мало відображення у складових компонентах загального показника.

Також у сприйнятті досліджуваних виявлені внутрішньогрупові відмінності: учні ліцею схильні більше до негативних ніж позитивних стереотипів у оцінці працівників поліції, у студентів вишу, навпаки, прослідковуються статистично достовірна схильність до позитивних стереотипів, ніж до негативних. Учні шкіл не мають вираженої схильності до негативних чи позитивних стереотипів.

**Рис. 2.4. – Розподіл даних за загальним показником стереотипів у сприйнятті образу поліцейського у різних групах досліджуваних (у %)**

Підсумовуючи всі вище зазначені дані можемо констатувати, що найбільше схильні до негативних стереотипів щодо працівників поліції учні ліцею (за поведінковою, когнітивною та загальною шкалою) та учні школи (за емоційною та загальною шкалою). Студенти вищого навчального закладу, навпаки, схильні описувати працівників поліції за допомогою нейтральних або позитивних стереотипів (за емоційною, когнітивною та загальною шкалою). Значимих міжгрупових відмінностей щодо розподілу позитивних стереотипів не було встановлено. Отримані результати співвідносяться із дослідженнями К. Андреолетті та М. Лахман, що виявили обернено пропорційний кореляційний зв'язок між схильністю до негативних стереотипів та вищою освітою, тобто люди з вищою освітою менше схильні до негативних стереотипів ніж ті, хто її не має [21]. Інші дослідники зазначають, що існує каузальний зв’язок між освіченістю та наявністю упереджень, тобто люди, що мають вищу освіту у меншій мірі схильні до стереотипізації [11, с.53].

**2.2.2. Особливості внутрішньої організації визначених структурних компонентів у сприйнятті образу поліцейського**

Для перевірки теоретичної структурної моделі стереотипів про працівників поліції, що була покладена в основу розробленого опитувальника, був використаний факторний та кореляційний аналіз (STATISTICA 10.0). За допомогою факторного аналізу даних (метод виділення: аналіз головних компонентів, метод ротації: Varimax normalized Кайзера) , було виокремлено 3 значущих фактори, які пояснюють 46,78% сумарної дисперсії:

1. Когнітивний компонент (33,9 % від загальної дисперсії).

2. Емоційний компонент (6,2 % від загальної дисперсії).

3. Поведінковий компонент (5,67 % від загальної дисперсії).

Перш ніж розглянути кожний фактор розрахуємо рівень статистичної значущості кожного фактору за критерієм Хамфрі. Загальна формула для розрахунку така:$ \left|r\_{max1} ×r\_{max2}\right|>\frac{2}{√N}$ , де $r\_{max1}$ та $r\_{max2}$ — величина двох максимальних факторних ваг, N — кількість досліджуваних. Таким чином, за критерієм Хамфрі добуток двох максимальних значень повинен бути не нижче ніж 0,16, щоб фактор вважався значущім.

 Перейдемо до розгляду складу кожного фактору. До складу *першого фактору*, що отримав назву «Когнітивний компонент», увійшло 6 показників, які представлені у таблиці 2.2 у порядку зменшення факторного навантаження. Даний фактор відображає загальну позитивну оцінку професіоналізму працівників поліції. Їх сприймають як висококваліфікованих фахівців (мають високий рівень професійних знань, умінь та навичок) з високим інтелектом, що здатні швидко приймати рішення та організовувати власну діяльність.

За критерієм Хамфрі фактор є значущим (0,56 > 0,16). До його складу увійшло 4 твердження когнітивного блоку та 2 твердження поведінкового блоку запитань розробленого опитувальника.  Когнітивний блок представлений такими твердженнями: «Поліцейські мають високий рівень професійних знань» (0,75), «Поліцейські, як правило, швидко знаходять вихід у непередбачених ситуаціях» (0,68), «Я вважаю, що пересічний поліцейський має високий інтелект» (0,64), «Працівники поліції мислять логічно» (0,60), поведінковий блок: «Діяльність поліцейських є організованою» (0,74), «Поліцейські мають навички та вміння, що розвинуті на високому рівні» (0,68). Припускаємо, що поєднання когнітивного та поведінкового блоку у цьому факторі пов’язано з тим, що навички, вміння та здатність організовувати діяльність оцінюються як результат високого рівня розвитку когнітивних процесів (зокрема, інтелекту).

Отже, проаналізований фактор характеризує позитивну оцінку професіоналізму поліцейських, що дає нам можливість визначити такий стереотип у сприйнятті образу поліцейського, як «професіоналізм».

 *Таблиця 2.2*

**Склад фактору «Когнітивний компонент»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Твердження  | Факторне навантаження |
| 1. | Поліцейські мають високий рівень професійних знань. | 0,75 |
| 2. | Діяльність поліцейських є організованою. | 0,74 |
| 3. | Поліцейські мають навички та вміння, що розвинуті на високому рівні | 0,68 |
| 4. | Поліцейські, як правило, швидко знаходять вихід у непередбачених ситуаціях. | 0,68 |
| 5. | Я вважаю, що пересічний поліцейський має високий інтелект. | 0,64 |
| 6. | Працівники поліції мислять логічно. | 0,60 |
| Критерій Хамфрі | 0,56 |

*Другий фактор*, що отримав назву «Емоційний компонент», представлений у таблиці 2.3. Цей фактор відображає позитивний стереотип у сприйнятті образу поліцейських. Так, працівниками поліції захоплюються, їх вважають уважними, відчайдушними та емоційно стабільними.

За критерієм Хамфрі фактор є значущим (0,42 > 0,16). До його складу увійшло 3 твердження з емоційного та 1 твердження з когнітивного блоків. З когнітивного блоку увійшли твердження: «Більшість людей захоплюється новою поліцією» (0,66), «Працівники поліції виявляють мужність у небезпечних ситуаціях» (0,58), «На мою думку, поліцейські є емоційно стабільними» (0,57), з когнітивного блоку: «На роботі, як правило, поліцейські сконцентровані» (0,64). Включення одного твердження щодо зосередженості з когнітивного блоку до цього фактору можливо пов’язано з тим, що емоційно стабільні поліцейські під час роботи сприймаються як більш сконцентровані. Припускаємо, що поєднання у факторі «Емоційний компонент» тверджень щодо захоплення та мужності пов’язано з героїчним образом правоохоронців у очах людей, який був створений небезпечністю роботи та намірами захищати правопорядок. Отримані результати дозволяють нам виокремити наступний стереотип у сприйнятті образу поліцейських – «зразковість».

*Таблиця 2.3*

**Склад фактору «Емоційний компонент»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Твердження  | Факторне навантаження |
| 1. | Більшість людей захоплюється новою поліцією. | 0,66 |
| 2. | На роботі, як правило, поліцейські сконцентровані. | 0,64 |
| 3. | Працівники поліції виявляють мужність у небезпечних ситуаціях. | 0,58 |
| 4. | На мою думку, поліцейські є емоційно стабільні. | 0,57 |
| Критерій Хамфрі | 0,42 |

До складу *третього фактору*, який позначений нами як «Поведінковий компонент», увійшли 2 показника, які розташовані в таблиці 2.4. Цей фактор відображає загальну позитивну оцінку поведінки працівників поліції. Їх сприймають як чесних та ефективних у виконані щоденних обов’язків.

*Таблиця 2.4*

**Склад фактору «Поведінковий компонент»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Твердження  | Факторне навантаження |
| 1. | Працівники поліції не беруть хабарі | 0,73 |
| 2. | Працівники поліції ефективно виконують службові обов’язки | 0,65 |
| Критерій Хамфрі | 0,47 |

За критерієм Хамфрі фактор є значущим (0,47 > 0,16). До його складу увійшло 2 твердження з поведінкового блоку: «Працівники поліції не беруть хабарі» (0,73), «Працівники поліції ефективно виконують службові обов’язки» (0,63). Проаналізований фактор повністю складається з показників поведінкового компоненту, що дозволило нам визначити особливості такого сприйняття як стереотип «сумлінність».

Отже, теоретична структурна модель сприйняття працівників поліції отримала підтвердження та дозволила виокремити ряд соціальних стереотипів, що присутні у сприйняті пересічного громадянина образу представників поліції: «професіоналізм», «зразковість», «сумлінність». Встановлені стереотипи є позитивним уособленням кожного з компонентів сприйняття представників поліції. «Професіоналізм» розглядається як наявність певних когнітивних характеристик, на основі яких поліцейські можуть організовано користуватись навичками та вміннями. «Зразковість» є емоційно забарвленою оцінкою, що представляє поліцейських еталоном, яким захоплюються та ідеалізують. «Сумлінність» представляє уявлення досліджуваних, щодо ефективності та чесності виконання службових обов’язків.

З метою визначення кореляційних зв’язків всередині трьохфакторної моделі, що описує соціальні стереотипи особисті у сприйнятті образу поліцейського ми використали процедуру Z-перетворення та критерій лінійної кореляції Пірсона. Застосування сумарних оцінок показників, котрі увійшли в кожен з трьох факторів, дозволило визначити загальний показник стереотипів. Отримана структура кореляційних зв’язків зображена на рисунку 2.5.

Кожен компонент має прямо пропорційні взаємозв’язки з іншими показниками. Загальний показник стереотипів має статистично достовірні позитивні зв’язки з показниками когнітивного (r = 0,93, при p ≤ 0,001), емоційного (r = 0,89, при p ≤ 0,001), поведінкового (r = 0,92, при p ≤ 0,001) компонентів структури трьохфакторної моделі стереотипів про працівників поліції. З іншого боку, кореляційні зв'язки можна спостерігати між когнітивним та емоційним (r = 0,74, при p ≤ 0,001), когнітивним та поведінковим (r = 0,79, при p ≤ 0,001), поведінковим та емоційним (r = 0,71, при p ≤ 0,001) компонентами.

r = 0, 92

r = 0, 74

r = 0, 79

r = 0, 93

r = 0, 71

r = 0,89 8934\\\89

**Рис. 2.5 – Структура кореляційних взаємозв’язків компонентів та загального показника стереотипів про поліцейських**

Отримана структура кореляційних зв’язків вказує на те, що підвищення загального показника стереотипів у сприйнятті образу поліцейського сприяє підвищенню усіх показників структури стереотипів і навпаки, підвищення будь-якого компонента стереотипів сприяє підвищенню інших компонентів та загального показника.

Отже, проведений кореляційний аналіз дозволив визначити позитивний взаємозв’язок загального показника стереотипів з усіма компонентами структури стереотипів сприйняття образу поліцейського.

**2.2.3. Характеристика образу працівників поліції, що створюють ЗМІ**

Аудіовізуальні засоби масової інформації мають найбільший вплив на аудиторію порівняно з газетами, журналами, електронними ресурсами, що досягається як наочністю, так і спрощеністю інформації. Тому, з метою виявлення характеристик образу працівників поліції, що формують ЗМІ ми проаналізувати зміст телевізійних новин за допомогою методу контент-аналізу. З огляду на поширеність певних каналів серед населення та можливість подальшого підтвердження результатів (наявність запису у вільному доступі), було відібрано чотири канали, кожен з яких має власні новини: 1+1 (ТСН, 19:30), СТБ (Вікна-новини, 18:00), ICTV (Факти 18:45) та UA:Перший (Новини, 21:00). Дослідження проводилось з 13 до 26 листопада 2017 року, що дозволило проаналізувати 52 випуски новин. Загальна тривалість усіх новин склала 30 годин, 57 хвилин та 2 секунди.

*Таблиця 2.5*

**Кількісні данні за виділеними змістовними одиницями**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовні одиниці | ТСН (1+1) | Новини (UA:Перший) | Факти(ICTV) | Вікна-новини(СТБ) | $$∑$$ | % |
| 1. ДТП за участі поліцейських | 1 | 0 | 2 | 0 | 3 | 1,56% |
| 2. Перевищення повноважень | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0,52% |
| 3. Непрофесійне виконання службових обов’язків | 2 | 0 | 2 | 2 | 6 | 3,12% |
| 4. Приїзд на місце події | 14 | 9 | 11 | 7 | 41 | 21,35% |
| 5. Надання інформації,  коментаря  | 33 | 17 | 8 | 16 | 74 | 38,54% |
| 6. Травми/смерть при виконанні службових обов’язків  | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 8,85% |
| 7. Проведення успішної операції | 8 | 3 | 9 | 1 | 21 | 10,93% |
| 8. Затримання підозрюваних | 9 | 9 | 3 | 6 | 27 | 14,06% |
| 9. Порятунок потерпілих |  0 | 2 | 0 | 0 | 2 | 1,04% |
| $$∑$$ | 72 | 43 | 40 | 37 | 192 | 100% |
|  %  | 37,5%%5%%% | 22,39% | 20,83% | 19,27% | 100%%% | 100% |

Для аналізу відеоматеріалів було виділено 9 змістових одиниць, які згруповано у 3 групи подій: позитивні, нейтральні та негативні відповідно до створюваного образу працівників поліції (таблиця 2.5). До позитивних увійшли такі змістовні одиниці: проведення успішної операції, затримання підозрюваних та порятунок потерпілих, до нейтральних подій – приїзд на місце події, надання інформації/ коментаря, травми /смерть при виконанні службових обов’язків, до негативних – ДТП за участі поліцейських, перевищення повноважень та непрофесійне виконання службових обов’язків.

Для обробки емпіричних даних був використаний критерій кутового перетворення Фішера. Найбільше інформації щодо діяльності працівників поліції представлено у ТСН (φ\*емп = 1,73, р≤ 0,05), що пов’язано з тим, що їх новини мають найбільшу тривалість у порівнянні з іншими телеканалами. З іншого боку, найбільш численною змістовною одиницею є «надання коментаря, інформації» (φ\*емп = 3,72, р≤0,01), що вказує на активну участь прес-служби Національної поліції у суспільному житті. Отримані данні за групами подій, які відображають результати вчинків поліцейських зображено на рисунку 2.6.

**Рис. 2.6 – Загальний розподіл позитивних, нейтральних та негативних груп подій для іміджу працівників поліції**

Відповідно до розподілу результатів контент-аналізу існують значимі відмінності між різними подіями, що впливають на образ працівників поліції у сприйнятті пересічного громадянина. Виявлено, що найбільше ЗМІ висвітлюють нейтральні події такі як: приїзд на місце події, надання інформації або коментаря та отримання травм або смерті поліцейських, у порівнянні з позитивними (φ\*емп = 8,65, р≤0,01), та негативним (φ\*емп = 14,63, р≤0,01) подіями. У той самий час знайдено значущі відмінності між кількістю позитивних та негативних (φ\*емп = 5,97, р≤0,01) подій. Таким чином, як правило у ЗМІ висвітлюються більше позитивні (проведення успішних операцій, затримання підозрюваних, порятунок потерпілих) ніж негативні (ДТП за участі поліції, перевищення повноважень, непрофесійне виконання обов’язків) події пов’язанні з поліцією, що сприяє покращенню образу поліцейських. На нашу думку, отримані результати пов’язанні з реформою правоохоронних органів. Зауважимо, що результати контент-аналізу відповідають розподілу результатів студентів за авторською методикою.

**Висновки до другого розділу**

Проведене емпіричне дослідження дозволяє зробити наступні висновки у відповідності до поставлених завдань:

1. Для вирішення поставлених у дослідженні завдань було розроблено та використано опитувальник «Стереотипи про працівників поліції». Опитувальник дозволяє кількісно і якісно описати індивідуальні, суб’єктивні стереотипи досліджуваних у сприйнятті представників поліції. Для кожного показника опитувальника були розроблені тестові норми на вибірці досліджуваних 159 осіб.

2. Емпірично досліджено особливості сприйняття образу поліцейського на трьох соціальних групах респондентів (студентів вишу, учнів ліцею та учнів шкіл). Встановлено, що у більшій мірі схильні до негативних стереотипів щодо працівників поліції учні ліцею (за поведінковою, когнітивною та загальною шкалою) та учні школи (за емоційною та загальною шкалою). Студенти вищого навчального закладу, навпаки, схильні описувати працівників поліції за допомогою нейтральних або позитивних стереотипів (за емоційною, когнітивною та загальною шкалою). Значимих міжгрупових відмінностей щодо розподілу позитивних стереотипів не було встановлено. Отримані результати співвідносяться із іншими дослідженнями, що вказують на обернено пропорційний взаємозв’язок між вищою освітою та наявністю негативних стереотипів, упереджень.

3. Результати факторного аналізу підтвердили висунуту теоретичну модель, що була покладена в основу розробленого опитувальника. На основі аналізу результатів факторного аналізу було встановлено групи соціальних стереотипів, що присутні у сприйняті пересічного громадянина образу поліцейського, а саме: «професіоналізм», «зразковість», «сумлінність». Визначені групи стереотипів є позитивним уособленням кожного з компонентів розробленого авторського опитувальника: когнітивного, емоційного, поведінкового.

Процедура Z-перетворення дозволила встановити внутрішні взаємозв’язки між компонентами стереотипів у сприйнятті образу поліцейського: отримані дані свідчать про існування тісних зв’язків між показниками компонентів стереотипів у сприйнятті образу працівників поліції.

4. З метою виявлення характеристики образу працівників поліції, що формують ЗМІ проаналізовано зміст телевізійних новин за допомогою методу контент-аналізу. Виявлено, що найбільше повідомлень у ЗМІ висвітлюють нейтральні події (зокрема «надання інформації/коментаря), проте позитивних подій значно більше ніж негативних для іміджу поліції.

**ВИСНОВКИ**

Теоретичне та емпіричне дослідження соціальних стереотипів у сприйнятті образу поліцейського дозволяє визначити наступні висновки у відповідності до поставлених завдань:

1. Теоретичний аналіз поняття «стереотип» дозволяє стверджувати, що на сьогоднішній день загальноприйнятого визначення даного терміну не існує. Більшість психологів розглядають його як переконання, упередження, настанову тощо. У нашому дослідженні стереотип розглядається як набір емоційно забарвлених когнітивних узагальнень (переконань, настанов, уявлень) щодо характеристик і якостей членів соціальної групи або категорії, який викривляє сприйняття та змінює поведінку до стереотипізованого об’єкта.

На основі аналізу наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених визначено основні структурні компоненти стереотипів: когнітивний, емоційний та поведінковий. Дослідження цих компонентів стереотипів у сприйнятті образу поліцейських покладено в основу розробки діагностичного інструментарію.

2. Розроблено опитувальник «Стереотипи про працівників поліції» на основі когнітивного, емоційного та поведінкового компоненту. Опитувальник дозволяє кількісно і якісно описати індивідуальні, суб’єктивні стереотипи досліджуваних у сприйнятті представників поліції. На основі емпіричного дослідження розроблено тестові норми до авторського опитувальника на вибірці респондентів у кількості 159 осіб.

3. Емпірично досліджено особливості сприйняття образу поліцейського за допомогою розробленої теоретичної моделі на трьох соціальних групах: студентах вишу, учнів ліцею та шкіл. Встановлено, що найбільше схильні до негативних стереотипів щодо працівників поліції учні ліцею (за поведінковою, когнітивною та загальною шкалою) та учні школи (за емоційною та загальною шкалою). Студенти вищого навчального закладу, навпаки, схильні описувати працівників поліції за допомогою нейтральних або позитивних стереотипів (за емоційною, когнітивною та загальною шкалою). Значимих міжгрупових відмінностей щодо розподілу позитивних стереотипів не було знайдено.

4. Створена теоретична модель дослідження стереотипів у сприйнятті образу поліцейського була підтверджена емпірично – структурна організація визначених компонентів функціонує у вигляді моделі, котра інтегрує її основні компоненти (когнітивний, емоційний, поведінковий) в їх внутрішніх прямо пропорційних взаємозв’язках. Встановлено групи соціальних стереотипів, що присутні у сприйняті пересічного громадянина образу поліцейського, а саме: «професіоналізм», «зразковість» та «сумлінність».

5. Проаналізовано зміст телевізійних новин з метою визначення образу поліцейських, що створюють та розповсюджують засоби масової інформації серед численної аудиторії. Виявлено, що найбільше повідомлень у ЗМІ висвітлюють нейтральні події (зокрема «надання інформації/коментаря), проте позитивних подій значно більше ніж негативних для іміджу поліції. Результати контент-аналізу відповідають розподілу студентів за загальним показник за авторською методикою.

Отже можемо стверджувати, що теоретична модель сприйняття образу поліцейського, що покладена в основу розробленого опитувальника емпірично підтверджена. Отримані результати дозволили встановити три групи соціальних стереотипів, що пов’язанні з поведінкою та внутрішніми якостями працівників поліції: «професіоналізм» є уособленням когнітивних процесів та навичок, «зразковість» – емоційно забарвлена оцінка поліцейських, «сумлінність» – характеристика ефективності поведінки та чесності. Таким чином, доведено, що у сприйнятті образу поліцейського у молоді домінують позитивні стереотипи.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Артамонова І. М. Інтеграція соціальних мереж та Інтернет-ЗМК: вплив на соціалізацію споживачів сучасних медіа [Електронний ресурс] / І. М. Артамонова // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. – 2014. – № 1–2. – С. 4–9. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/> UJRN/drsk\_2014\_1-2\_3.
2. Багратиони К. А. Введение в научную проблему феномена «блуждающего разума» [Электронный ресурс] / К. А. Багратиони, М. В. Иванов // Психологическая наука и образование. – 2014. – Т. 6. – № 1. – С. 285-297. – Режим доступа: [http://dx.doi.org/10.17759/ psyedu.2014060131](http://dx.doi.org/10.17759/%20psyedu.2014060131).
3. Бесчастний В. М. Імідж як складова успіху правоохоронця: до постановки проблеми [Електронний ресурс] / В. М. Бесчастний, О. В. Тимченко // Віче. – К., 2012. – № 2. – С. 6–8. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ viche\_2012\_2\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/%20viche_2012_2_4).
4. Блинова О. Є. Роль соціальних стереотипів у регуляції поведінки особистості [Електронний ресурс] / О. Є. Блинова // Науковий вісник Миколаївського державного університету ім. В.О. Сухомлинського. Сер.: Психологічні науки. – 2013. – Т. 2, Вип. 10. – С. 37-41. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdups\_2013\_2\_10\_8](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nvmdups_2013_2_10_8).
5. Большой толковый социологический словарь: русско-английский, англо-русский [Текст] / Д. Джери, Д. Джери; [пер. с англ. Н. Н. Марчук]. – М. : Вече, 1999. – Т. 2. – 528 с.
6. Зинченко В. П. Большой психологический словарь [Текст] / В. П. Зинченко, Б. Г. Мещеряков. – М. : Прайм-Еврознак. – 2003. – 672 с.
7. Ірхін Ю. Б. Психолого-кримінологічні засади впливу засобів масової інформації на імідж міліції та правосвідомість молоді [Електронний ресурс] / Ю. Б. Ірхін // Юридична психологія та педагогіка. – 2013. – №1. – С. 27–37. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> urpp\_2013\_1\_6.
8. Каплій О. В. Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання [Електронний ресурс] / О. В. Каплій // Актуальні проблеми політики. – 2013. – Вип. 50. – С. 35–46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol\_2013\_50\_5.
9. Лебедєва А. В. Удосконалення форм, напрямів і методів взаємодії органів внутрішніх справ України із засобами масової інформації [Електронний ресурс] / А. В. Лебедєва // Публічне право. – 2011. – №1. – С. 88–95. – Режим доступу: http://www.yourfuture.org.ua/ua/pb/2011/1/lebedeva.pdf.
10. Майерс Д. Социальная психология [Текст]  / Дэвид Майерс // Психология. – 9-е издание. – СПб. : Питер. – 2007. – 688 с.
11. Максименко С. Д. Експериментальна психологія: навч. посібник [Текст] / С. Д. Максименко, Е. Л. Носенко // К. : МАУП. – 2008. — 360 с.
12. Мозоль С. А. Досвід формування позитивного іміджу міліції України: порівняльний аналіз [Текст] / С. А. Мозоль // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Херсон : ХДУ, 2014. – № 3, т. 2. – С. 202–207.
13. Немов Р. С. Психологический словарь [Текст] / Р. С. Немов. – М. : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 560 с.
14. Огородник Л. М. Стереотип як соціально-психологічний феномен у контексті підготовки педагогічних кадрів до інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / Л. М. Огородник // Педагогічний дискурс. – 2009. – №.6.  – С. 142-145. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk\_ 2009\_6\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk_%202009_6_34).
15. Орбан-Лембрик JI. Е. Соціальна психологія [Текст] / JI. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Либідь, 2004. – 576 с.
16. Психологические основы «Паблик рилейшнз» [Текст] / Е. Н. Богданов, В. Г. Зазыкин – СПб. : Питер, 2003. – 208 с.
17. Самкова О. М. Соціальні стереотипи і стереотипізація: аналіз сучасних теоретичних підходів [Електронний ресурс] / О. М. Самкова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Психологічні науки. – 2013. – Вип. 1. – С. 68‑71. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhp_2013_1_21>.
18. Столбова В. В. Наукові підходи до оцінювання іміджу міліції [Електронний ресурс] / В. В. Столбова // Науковий вісник ДДУВС : зб. наук. праць. – Дніпро: ДДУВС, 2010. – № 3. (49). – Режим доступу: http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=10952&chapter=1.
19. Суходольская Н. П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей [Электронный ресурс] / Н. П. Суходольская // Философия и общество. – 2007. – № 3. – С. 152-161. – Режим доступа: https://cyberlenin ka.ru/article/n/sotsialnyy-stereotip-v-zhiznede yatelnosti-lyudey.
20. Щекотихина И. Н. Стереотип: аспекты и перспективы исследования [Электронный ресурс] / И. Н. Щекотихина // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2008. – № 5 (19). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotip-aspekty-i-perspektivy-issledo>va niya.
21. Andreoletti C. Susceptibility and resilience to memory aging stereotypes: Education matters more than age [Electronic resource] / C. Andreoletti, M. E. Lachman // Experimental Aging Research. – 2004. – Т. 30. – № 2. – P. 129-148. – Access: http://dx.doi.org/10.1080/03610730490274167.
22. APA dictionary of psychology [Text] / Gary R. VandenBos, editor-in-chief //2nd edition. – Washington DC, 2015. – 1204 p.
23. Appel M. Do Mass Mediated Stereotypes Harm Members of Negatively Stereotyped Groups? A Meta-Analytical Review on Media-Generated Stereotype Threat and Stereotype Lift [Electronic resource] / M. Appel, S. Weber // Communication Research. – 2017. – P. 1-22. – Access: [https://doi.org/ 10.1177/0093650217715543](https://doi.org/%2010.1177/0093650217715543).
24. Blair I. V. The malleability of automatic stereotypes and prejudice [Electronic resource] / I. V. Blair // Personality and Social Psychology Review. – 2002. – Т. 6. – № 3. – P. 242-261. – Access: [https://doi.org/10.1207/ S15327957PSPR0603\_8](https://doi.org/10.1207/%20S15327957PSPR0603_8).
25. Devine P. G. Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components [Electronic resource] / P. G. Devine // Journal of personality and social psychology. – 1989. – Т. 56. – № 1. – P. 5-18. – Access: [http://dx.doi.org/ 10.1037/0022-3514.56.1.5](http://dx.doi.org/%2010.1037/0022-3514.56.1.5).
26. Gifford R. K. Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments [Electronic resource] / R. K. Gifford, D. L. Hamilton // Journal of Experimental Social Psychology. – 1976. – Т. 12. – № 4. – P. 392 -407. – Access: [https://doi.org/10.1016/S0022-1031(76)80006-6](https://doi.org/10.1016/S0022-1031%2876%2980006-6).
27. Hamilton D. L. Illusory correlation and the maintenance of stereotypic beliefs [Electronic resource] / D. L. Hamilton, T. L. Rose // Journal of Personality and Social Psychology. – 1980. – Т. 39. – № 5. – P. 832. – Access: [http://dx.doi.org/ 10.1037/0022-3514.39.5.832](http://dx.doi.org/%2010.1037/0022-3514.39.5.832).
28. Lippmann W. Public opinion [Text] / Walter Lippmann // London, 1998. – 427 p.
29. Eagly A. H. Women’s representation in science predicts national gender-science stereotypes: Evidence from 66 nations [Electronic resource] / A. H. Eagly, M. C. Linn, D. I. Miller // Journal of Educational Psychology. – 2015. – Т. 107. – № 3. – P. 631-644. – Access: [http://dx.doi.org/10.1037/edu0000005](http://psycnet.apa.org/doi/10.1037/edu0000005).
30. Statt D. A. The Concise Dictionary of Psychology [Text] / David A. Statt // 3rd edition. – London : Harper&Row, 2003. – 140 p.
31. The Cambridge dictionary of psychology [Text] / In David Matsumoto (Eds.) // Сambridge : University Press, 2009. – 587 p.
32. Kahneman D. Availability: A heuristic for judging frequency and probability [Electronic resource] / D. Kahneman, A. Tversky // Cognitive psychology. – 1973. – Т. 5. – № 2. – P. 207-232. – Access: [https://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90033-9](https://doi.org/10.1016/0010-0285%2873%2990033-9).

**ДОДАТКИ**

***Додаток А***

**Опитувальник «Стереотипи про працівників поліції»**

**Інструкція:** «Шановний досліджуваний, просимо Вас прийняти участь у дослідженні з метою визначення соціально-психологічних особливостей у сприйманні образу поліцейського. У опитувальнику Вам пропонується оцінити діяльність працівників поліції за наведеними шкалами. Кожен пункт опитувальника складається у вигляді двох протилежних за змістом тверджень, які вам необхідно оцінити за запропонованою шкалою. Вам необхідно обрати саме той полюс, який у більшій мірі відповідає вашій думці, а потім визначити міру виразності даного твердження за шкалою (-3 -2 -1 0 1 2 3).

Цифри зі знаком «-» відповідають твердженню з лівою сторони шкали, цифри без знаку «-» відповідають протилежному твердженню (правий бік шкали). Так, цифра «3» або «-3» означає високий рівень виразності якості; «2» або «-2» - середній рівень виразності; «1» або «-1» слабкий ступінь виразності; «0» обирайте в тих випадках, коли Ви не можете визначити міру згоди із запропонованими твердженнями.

Будь ласка, виявіть уважність, оскільки із запропонованих шкал необхідно обвести лише одну цифру, що відповідає ступеню вашої згоди з обраним твердженням. Пам’ятайте, в опитувальнику немає правильних або неправильних відповідей. Опитування проводиться анонімно, результати будуть представлені лише у вигляді узагальнених результатів.

Ваша думка дуже цінна для нашого дослідження! Дякуємо за участь в опитуванні!».

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Твердження** | **Шкала відповідей** | **Твердження** |
| 1. | На мою думку працівники поліції поводять себе агресивно |  -3 -2 -1 0 1 2 3 | На мою думку, зазвичай працівники поліції поводять себе спокійно |
| 2. | Працівники поліції викликають у мене інтерес | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Я байдужий до працівників поліції |
| 3. | Поліцейські мають низький рівень професійних знань | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Поліцейські мають високий рівень професійних знань |
| 4. | Як правило, працівники поліції діють послідовно | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Як правило, працівники поліції діють суперечливо |
| 5. | На мою думку, поліцейські є емоційно нестабільними | -3 -2 -1 0 1 2 3 | На мою думку, поліцейські є емоційно стабільними |
| 6. | Зазвичай, працівники поліції сприймають ситуацію об’єктивно | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Зазвичай, працівники поліції сприймають ситуацію упереджено  |
| 7. | Діяльність поліцейських є хаотичною | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Діяльність поліцейських є організованою |
| 8. | Поліцейські, зазвичай, співпереживають постраждалим | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Поліцейські, зазвичай, відсторонені від постраждалих  |
| 9. | Працівники поліції мислять алогічно  | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Працівники поліції мислять логічно |
| 10. | Вважаю, що поліція виконує свої професійні обов’язки | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Вважаю, що поліція не виконує свої професійні обов’язки  |
| 11. | Поліцейські мають навички та вміння, що розвинуті на низькому рівні  | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Поліцейські мають навички та вміння, що розвинуті на високому рівні  |
| 12. | Працівники поліції виявляють мужність в небезпечних ситуаціях | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Працівники поліції відчувають страх в небезпечних ситуаціях |
| 13. | Поліцейські, як правило, довго шукають вихід в непередбачених ситуаціях | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Поліцейські, як правило, швидко знаходять вихід в непередбачених ситуаціях  |
| 14. | Поліцейські продуктивно виконують службові обов’язки | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Поліцейські неефективно виконують службові обов’язки |
| 15. | Поліцейські невдоволені своєю роботою | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Поліцейські задоволені своєю роботою |
| 16. | В критичній ситуації поліцейські добре запам’ятовують обличчя підозрюваних  | -3 -2 -1 0 1 2 3 | В критичній ситуації поліцейські погано запам’ятовують обличчя підозрюваних  |
| 17. | Працівники поліції беруть хабарі | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Працівники поліціїне беруть хабарі |
| 18. | Більшість людей захоплюється новою поліцією. | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Більшість людей ненавидить нову поліцію |
| 19. | Я вважаю, що пересічний поліцейський має низький інтелект | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Я вважаю, що пересічний поліцейський має високий інтелект |
| 20. | Зазвичай, до пересічного поліцейського я відчуваю відразу | -3 -2 -1 0 1 2 3 | Зазвичай, до пересічного поліцейського я відчуваю повагу |
| 21. | На роботі, як правило, поліцейські сконцентровані  | -3 -2 -1 0 1 2 3 | На роботі, як правило, поліцейські неуважні |

*Вкажіть, будь-ласка: стать: \_\_\_\_\_\_\_\_\_ вік \_\_\_\_\_\_\_\_\_*