

REPREZENTAREA SOCIALĂ A PROFESIEI DE PSIHOLOG: DE LA INTERVENȚII „CLASICE” LA INTERVENȚII ORGANIZAȚIONALE (STUDIUL EXPLORATIV)

Aliona MÎRLEANU, Ana IURCU, Natalia COJOCARU

Universitatea de Stat din Moldova

Psihologii au fost întotdeauna interesați de imaginea socială a profesiei lor. Cele mai multe studii care vizează acest aspect au fost realizate de către Asociația Americană de Psihologie, începând cu anii '50 ai secolului trecut. În articolul de față prezentăm rezultatele unei cercetări explorative pe un total de 105 subiecți (45 angajați și 60 studenți), prin care am urmărit să evidențiem care sunt reprezentările față de profesia de psiholog, în sens general, și față de activitatea unui psiholog în mediul organizațional, în mod particular. Rezultatele atestă o slabă informare privind oportunitățile intervenției psihologice în diverse organizații (economice, educaționale, medicale sau industriale), majoritatea subiecților referindu-se la serviciile „clasice” ale psihologului – consilierea în cazul unor probleme interpersonale, emoționale sau psihice.

Cuvinte-cheie: *intervenție organizațională, psiholog organizațional, reprezentare socială.*

SOCIAL REPRESENTATION OF THE PSYCHOLOGY PROFESSION: FROM THE „CLASSICAL” INTERVENTIONS TO ORGANIZATIONAL INTERVENTIONS (EXPLORATIVE STUDY)

Psychologists have always been interested in the social image of their profession. Most studies that address this issue have been carried out by the American Psychological Association, beginning with the 50s of the last century. In the present study, we present the results of an exploratory research on a total of 105 subjects (45 employees and 60 students), in which we aim to see which representations are attributed to the profession of psychology in a general sense and which representations are associated with the psychological intervention in an organizational environment, in particular. The results reveal little awareness of the psychological intervention in various organizations (economic, educational, medical or industrial), most subjects referring to "classical" services a psychologist may provide - counseling for interpersonal, emotional or mental problems.

Keywords: *organizational intervention, organizational psychologist, social representation.*

Introducere

Contextul social determină formarea anumitor reprezentări despre practicile sociale, activitățile profesionale sau locurile de muncă în care se încadrează individul. În acest articol ne vom referi la rezultatele a două studii explorative privind reprezentarea socială față de activitatea profesională a psihologului*. Având la bază studii relevante la această temă, realizate în diverse țări, precum SUA, Italia, România, Australia, Franța sau Elveția, ne-am propus să investigăm care este reprezentarea socială față de profesia de psiholog și cum este percepută și evaluată intervenția psihologică în mediul organizațional. Așa cum reprezentarea socială este o grilă de lectură a realității**, studiul reprezentărilor sociale ne permite accesul la imaginile, percepțiile sau valorile împărtășite de diverse grupuri sociale în raport cu variate aspecte ale realității (în cazul nostru, profesia de psiholog). Într-un studiu din 1999, B.Bălan constată că cei mai mulți psihologi lucrează în țările occidentale (SUA și Canada, Israel, Australia) și în Europa, dar mai puțini se găsesc în Africa, Asia și în spațiul ex-sovietic [cf 1]. Fiind o profesie cunoscută și practică în multe țări ale lumii, a provocat interesul cercetătorilor de a cunoaște ce reprezentări au oamenii în raport cu aceasta. În Republica Moldova, facultățile de psihologie au apărut după 1990, actualmente existând diverse specializări în domeniu. Totuși, chiar dacă sunt încadrați în diverse programe de masterat, absolvenții, cu excepțiile de rigoare, din lipsă de promovare și, implicit, de solicitare pe piața muncii, deseori aleg să se angajeze în activități „clasice” – de exemplu, să ofere servicii de

* Conform DEX, psihologul este: 1. observator fin, dotat cu capacitatea de a sesiza și de a analiza viața sufletească a cuiva, cunoscător al sufletului omenesc; 2. persoană specializată în studiul psihologiei.

** Reprezentările sociale desemnează, după S.Moscovici, „un sistem de valori, de noțiuni și de practici relative la obiecte, aspecte sau dimensiuni ale mediului social care permit nu numai stabilirea cadrului de viață al indivizilor și grupurilor, dar constituie în mod egal un instrument de orientare a percepției situației și de elaborare a răspunsurilor”. Teoria reprezentărilor sociale explică cum se formează și se transformă cunoașterea socialului, în contextul dinamicilor și interacțiunilor sociale [5]. În spațiul românesc, contribuții importante la difuzarea și dezvoltarea conceptului de reprezentare socială au fost aduse de Școala de psihologie socială de la Iași, sub conducerea prof. A.Neculau [a se vedea 3, 6].

psihocoasiliere școlară sau de familie și mai puțini sunt cei care reușesc să se angajeze în diverse instituții în calitate de psiholog organizațional.

Din aceste considerente, ne-am propus să identificăm ce reprezentări au oamenii din societatea noastră despre psihologi. Dat fiind faptul că, în ultimii ani, profesia de psiholog a devenit tot mai proeminentă (psihologii sunt solicitați în calitate de consultanți și experți, există centre de consiliere și cabinete psihoterapeutice, s-au diversificat specialitățile în cadrul instituțiilor de profil etc.), ne interesează să vedem care sunt reprezentările cu referire la această profesie, în general, și în raport cu psihologul organizațional, în mod particular. Pentru început, prezentăm o succintă incursiune în studiile care au vizat atitudinile, percepțiile și reprezentările sociale privind profesia de psiholog, începând cu primele cercetări, realizate în special de Asociația Americană de Psihologie, și continuând cu studii mai recente, care analizează imaginea profesiei de psiholog din perspectiva teoriei reprezentărilor sociale.

Atitudini, percepții și reprezentări sociale privind profesia de psiholog în diverse țări

Unul dintre primele studii privind atitudinile sociale față de psihologi a fost cel prezentat de L.Guest în 1948, într-un articol din *American Psychologist* [4]. Autorul a urmărit să vadă ce se cunoaște despre activitatea psihologilor și cum sunt percepuți aceștia. Cele mai importante concluzii ale acestui studiu se referă la faptul că psihologii erau considerați niște persoane excentrice, mai ciudate, care se ocupă doar de oamenii cu tulburări psihice și, în majoritatea cazurilor, psihologii erau confundați cu psihiatrii. Primele studii americane despre imaginea publică a psihologului relevă și faptul că unii părinți consideră psihologul drept o persoană indezirabilă pentru copiii lor și raportează dificultățile de comunicare cu psihologii la nivel individual [11]. Ulterior, dat fiind confuziile care existau, atât la nivelul cunoașterii comune, cât și în mass-media*, dintre psiholog și psihiatru, o altă preocupare a cercetătorilor a fost de a identifica diferențele percepute dintre activitatea psihologului și cea a psihiatrului. Astfel, studiul lui N.Tallent și N.Reiss [9] evidențiază necesitatea informării corecte privind formarea academică și serviciile oferite de psiholog și, respectiv, de psihiatru. J.Small și U.Gault observă că respondenții australieni fac această confuzie între psiholog și psihiatru atunci când noțiunea de psiholog este prezentată separat, însă, când noțiunile apar alături, o diferențiere mai exactă dintre cele două este posibilă [8]. Nici către sfârșitul anilor '60 percepția precum că beneficiari ai serviciilor psihologice pot fi și persoanele fără devieri psihice sau comportamentale nu se schimbaseră foarte mult. Cercetătorii F.Thumin și M.Zebelman [10] constată în studiul lor că majoritatea americanilor sunt de părere că de psihologi au nevoie doar persoanele care au un comportament deviant în raport cu normele sociale general acceptate: dacă ai nevoie de cineva cu care să discuți, care să te asculte și să dea dovadă de empatie, cel mai potrivit este să te adresezi unui consilier, spuneau ei.

Studiile din anii '50-60 ai secolului trecut despre imaginea psihologului în societatea occidentală au evidențiat și faptul că, dacă se știe câte ceva despre rolul psihologului în domeniul clinic, mai puțin se conștientizează rolul acestuia în alte domenii, cum ar fi cel industrial [8]. În acest context, T.Barkway și N.Kirby au examinat percepțiile managerilor de personal din Australia cu referire la implicațiile psihologului industrial [2]. Autorii constată că, în general, managerii evaluează favorabil rolul psihologului, iar satisfacția în muncă și motivația angajaților sunt considerate zone de interes pentru psihologii industriali. Totuși, observă cercetătorii australieni, este nevoie de o comunicare mai intensă între manageri și psihologi pentru a fi analizate multiple aspecte ale intervenției psihologice în domeniu.

Rezultate similare cu cele ale lui F.Thumin și M.Zebelman [10] pe populația americană se atestă și în studiul realizat de C.Sharpley [7] în Australia. Autorul și-a propus drept scop investigarea percepțiilor și atitudinilor australienilor față de patru categorii profesionale (psihologi, psihiatri, asistenți sociali și consilieri) implicate în serviciile oferite persoanelor cu probleme de sănătate mintală. Rezultatele culese de pe un eșantion reprezentativ pentru populația australiană (502 respondenți) indică diferențe în percepția acestor categorii profesionale, și anume: (1) se consideră că psihologii și psihiatrii se ocupă de analiza comportamentului uman, activează în domeniul privat și solicită taxe pentru serviciile pe care le oferă, pe când (2) consilierii și asistenții sociali se ocupă de soluționarea problemelor psihoemoționale, activează în instituții publice și nu percep taxe pentru serviciile lor. Alte concluzii desprinse din acest studiu relevă lipsa de informare corectă

* De exemplu, Tallent și Reiss constatau la acea vreme că e un lucru obișnuit să citești în articolele din diverse ziare și reviste cum o persoană, în același articol, este numită interșanjabil drept psiholog și psihiatru sau, dimpotrivă, un psihiatru poate fi numit psiholog, iar un psiholog drept psihiatru [9].

privind serviciile psihologice, activitatea psihologilor fiind redusă mai mult la studiul comportamentului uman și mai puțin la intervenția în probleme de ordin social și emoțional (distres).

În spațiul european, cele mai multe studii privind imaginea psihologului s-au bazat pe perspectiva teoriei reprezentărilor sociale. Unul din cele mai valoroase studii, care a și dus la fundamentarea teoretică a conceptului de reprezentare socială, este studiul lui S.Moscovici despre imaginea psihanalizei în Franța [5]. Printre studiile care au vizat nemijlocit specificul reprezentărilor sociale despre profesia de psiholog putem menționa cercetarea realizată de V.Pomini și N.Durez în Franța, în 1995 [apud 1], care au descris reprezentarea socială privind profesia de psiholog la nivelul a două grupuri profesionale distincte, dar aflate în raporturi directe cu psihologii: juriștii și preoții. Astfel, s-a ajuns la concluzia că diferențele observate în reprezentările despre psiholog țin mai degrabă de diferențele dintre contextele profesionale și procesele identitare decât de informațiile disponibile sau de strategiile comunicaționale reale adoptate. Un alt studiu relevant este cel realizat de A.Palmonari și B.Zani în 1989, privind imaginea psihologului în Italia, grupul-țintă fiind psihologii italieni [apud 1]. Rezultatele studiului relevă existența a patru tipuri de reprezentări (psihologul – militant politic, psihologul – specialist interdisciplinar, psihologul – specialist clinician și psihologul ca și terapeut)*. Cercetătorii italieni au propus ca aceste patru tipuri de reprezentări, menționate mai sus, să fie organizate în două axe principale: axa vocație/profesionalism și axa intervenție socială/individuală. Cel din urmă model a fost verificat și de B.Bălan, într-un studiu realizat pe populația românească și slovacă, unde s-a ajuns la concluzia că psihologia este văzută și drept profesie, și ca vocație [1].

W.Wood și colab. consideră că investigarea imaginii sociale a psihologului este esențială prin faptul că oferă accesul la semnificațiile atribuite acestei profesii și ne ajută să înțelegem cum ar putea fi educată populația în vederea conștientizării importanței cunoașterii psihologice în viața de zi cu zi [11]. Prin urmare, observă autorii, studiile ulterioare despre imaginea psihologului trebuie să se axeze mai puțin pe diferențele percepțive dintre psihiatru și psiholog sau pe ce cred oamenii despre psiholog, ci mai mult să studieze în profunzime care este atitudinea lor față de potențialul domeniului psihologic, ce știu ei despre serviciile psihologice și de unde se informează în această privință. Autorii sunt critici și în ceea ce privește metodologia adoptată în studiile precedente, menționând că acestea aveau la bază întrebări prefabricate de cercetători, fără a avea acces la lumea reală a subiecților. Cercetări calitative, având la bază interviuri în profunzime cu referire la diverse aspecte, ar putea oferi o imagine mai cuprinzătoare asupra felului în care oamenii gândesc în mod firesc despre psihologie și psihologi.

Scopul și metodologia cercetării

Pornind de la aceste repere teoretice și empirice, în cercetarea dată ne-am propus investigarea reprezentărilor sociale despre profesia de psiholog. Prezentăm pentru discuție rezultatele a două studii explorative: unul realizat pe un lot de studenți de la diferite domenii de învățământ (lotul de subiecți a fost constituit din trei categorii de persoane, și anume: un grup de studenți cu studii ce au mai multe conexiuni cu profesia de psiholog și două categorii ce au legături slabe sau inexistente cu profesia de psiholog – în total 60 de persoane) și cel de-al doilea pe un grup de angajați de la diverse instituții (cu profil medical, educațional și industrial, în total 45 de persoane, câte 15 de la fiecare instituție). În ceea ce privește grupul de studenți, am presupus că există diferențe între conținuturile reprezentărilor ale celor trei loturi de subiecți, explicate prin prisma faptului că aceștia vin din trei domenii de învățământ diferite. Pentru grupul de angajați am venit cu supoziția că există o cunoaștere lacunară privind serviciile oferite de un psiholog organizațional. Au fost administrate două chestionare: unul pentru studenți (10 întrebări) și altul pentru angajați (12 întrebări). Dimensiunile principale ale chestionarelor vizează opiniile subiecților privind: imaginea psihologului, formarea psihologului, sferele de activitate, intervenția psihologică în mediul organizațional și rolul psihologului la nivel societal**.

* Pentru *psihologul – militant politic*, munca psihologului nu are sens decât prin angajare politică în lupta împotriva instituțiilor care marginalizează individul, urmând să demaște încercările de a servi știința psihologică în slujba puterii. *Psihologul – specialist interdisciplinar* care acordă o mare atenție colaborării cu alți specialiști din domeniul științelor socioumanistice în vederea elaborării proiectelor de intervenție socială. *Psihologul clinician*, dimpotrivă, insistă asupra autonomiei în munca sa, legitimată prin o bună cunoaștere a funcționării vieții psihice a individului. Pentru *psihologul terapeut* doar psihanaliza constituie substratul științific al disciplinei, oferind o cunoaștere dinamică profundă a individului [cf 1].

** Chestionarele conțineau întrebări similare pentru ambele grupuri (cum ar fi: *Cine este un psiholog și cu ce se ocupă acesta? Care sunt primele asociații care vă vin în minte când vă gândiți la profesia de psiholog?*) și întrebări specifice doar pentru un singur grup (cum ar fi: *Ce tipuri de activități ar putea să desfășoare psihologul în instituția dvs.? Cum evaluați rolul psihologului și oportunitatea intervenției psihologice?* ș.a. – doar pentru angajați sau: *Ați apela la serviciile unui psiholog? Ce anume v-ați dori să cunoașteți din activitatea unui psiholog?* ș.a – doar pentru studenți).

Rezultate și discuții**Reprezentări privind profesia de psiholog și activitatea psihologului la nivel social (studenți)**

Analizând răspunsurile subiecților la întrebarea *Cine este, în viziunea dvs., un psiholog?* am identificat trei categorii perceptive cu referire la profesia de psiholog: psihologul – specialist în psihologie, psihologul – consilier și psihologul – medic (Tab.1).

Tabelul 1**Răspunsurile la întrebarea *Cine este, în viziunea dvs., un psiholog?***

Medicină	Tehnologii informaționale	Psihopedagogie
<u>Psihologul – specialist în psihologie:</u> „persoana care are formare universitară în domeniul psihologiei”; „un fel de medic al sufletului”	<u>Psihologul – specialist în psihologie:</u> „persoană cu studii superioare care ajută la rezolvarea problemelor”	<u>Psihologul – specialist în psihologie:</u> „persoană instruită în acest domeniu, care cunoaște psihicul oamenilor, fiind gata de a oferi ajutor în situații dificile”
<u>Psihologul – „salvator”/ consilier:</u> „ajută pe alții în rezolvarea de probleme”	<u>Psihologul – „salvator”/ consilier:</u> „persoana care dorește să îi ajute pe ceilalți”; „ne ajută să trecem peste diverse traume morale”	<u>Psihologul – „salvator”/ consilier:</u> „persoana care ajută clienții să-și soluționeze problemele prin consiliere și psihoterapie”; „cu el poți discuta liber”
<u>Psihologul – medic:</u> „se ocupă cu dereglările psihice”	<u>Psihologul – medic:</u> „capabil să examineze pacientul și să pună diagnosticul”; „se ocupă de persoane cu anumite tulburări psihice”	

De remarcat că la studenții de la profilul *Psihopedagogie* categoria psihologul – medic lipsește. Presupunem că, dat fiind faptul că studenții de la acest profil au mai multe tangențe cu domeniul psihologiei, respectiv, ei cunosc mai bine specificul profesiei.

Le-am mai solicitat subiecților să elaboreze cinci asociații cu privire la profesia de psiholog. Analizând datele, am delimitat câteva categorii de producții asociative, circumscrise conținutului reprezentational: cu referire la caracteristicile psihologului, la specificul activității și rezultatele acesteia, la beneficiarii serviciilor psihologice și la asocieri cu alte profesii (Tab.2).

Tabelul 2**Asociații privind profesia de psiholog**

Categorii	Medicină	Tehnologii informaționale	Psihopedagogie
1. Caracteristicile persoanei	înțelegere 5%, încredere 4%, toleranță 3%, răbdare 3%, știe să asculte 2%, specialist 1%, „medicul sufletului” 1%	deștept 4%, încredere 3%, înțelegător 3%, bunătate 2%, profesionist 4%	empatic 4%, știe să îndrume 4%, răbdare 3%, calm 3%, încredere 3%, înțelegere 2%, competență 2%
2. Specificul (obiectul) activității	discuție și ascultare 6%, terapie 1%, testare 1%	comunicare 5%, gândire 3%, suflet 3%, ședință 2%, comportament 2%	consiliere și terapie 7%, confidențialitate 5%, comunicare 3%, suflet 3%, testare 2%
3. Asocieri cu alte profesii	medic 2%, preot 1%, șomer 1%	profesor 2%, medic 2%	profesor 2%, medic 2%, educator 2%
4. Necesită ajutorul psihologului	probleme 4%, depresie 3%, psihoză, isterie, complex, stres, emoție 1%	depresie 3%, probleme 4%, dezechilibru	probleme 4%
5. Beneficiari	oamenii, societatea, familia	oamenii	societatea
6. Rezultate ale activității	ajutor 5%, liniște 2%, echilibru, claritate 1%	ajutor 7%, alinare, tratare, sănătate, sfat, relaxare 1%	ajutor 6%, liniște, soluții, feedback 2%

La întrebarea *Cu ce credeți că se ocupă un psiholog?* răspunsurile au fost următoarele:

- Subiecții de la *medicină* consideră că psihologii se ocupă de studiul comportamentului oamenilor și al problemelor de personalitate – „înțelege stările interioare”, „analizează evenimentele din viața unui om” etc. și de consiliere – „ajută persoanele care au probleme”, „ascultă, consultă, orientează”, „oferă sfaturi și soluții”.
- Subiecții de la *tehnologii informaționale* spun că activitățile psihologului se rezumă la: oferirea de ajutor persoanelor „care au dificultăți în luarea deciziilor” și celor „aflate în situații de dificultate sau depresie”, studierea „comportamentului și psihicului uman”, educarea „precum un părinte”, tratarea „sufletului uman și a traumelor psihologice”, el se preocupă „de starea psihică a persoanei și de problemele emoționale”, manipulează și dirijează „cu mințile oamenilor”.
- Subiecții de la *psihopedagogie* sunt de părere că psihologul ajută persoanele „să-și soluționeze diferite probleme prin oferirea de sugestii”, „să depășească stările critice”, consiliază, tratează „afecțiunile sufletului”, examinează, investighează, ascultă, testează.

Fiind întrebați de unde au auzit pentru prima dată de psiholog, rezultatele denotă că prima sursă de informație sunt instituțiile de învățământ (medicină – 70%, tehnologii informaționale – 65%, psihopedagogie – 65%), după care urmează mass-media (medicină – 15%, tehnologii informaționale – 25%, psihopedagogie – 25%). Alte surse de informare sunt familia, literatura și medicul.

În ceea ce privește răspunsul la întrebarea dacă psihologul și psihiatrul este una și aceeași profesie, am constatat unanimitate la toate cele trei grupuri, anume: psihologul și psihiatrul sunt două profesii diferite. Argumentele pe care se sprijină aceste răspunsuri ale subiecților sunt următoarele: psihologul „tratează pacienții cu probleme de ordin emoțional”, „ajută, analizează situația și dă sfaturi”, „se ocupă cu problemele sufletului”, pe când un psihiatru, relatează participanții la studiu, „tratează, prescrie tratament medicamentos”, „se ocupă cu dereglările psihice ale S.N.C.”, „are studii medicale”, „se ocupă cu oamenii bolnavi mintal”, „se ocupă de aspectul patologic”. Doar câțiva studenți de la *tehnologii informaționale* au menționat că aceste două profesii sunt puțin asemănătoare, fiindcă specificul acestora este de a avea contact cu oamenii și de a le oferi ajutor în caz de necesitate, însă prin metode diferite. Dar și în acest caz observăm că nu este vorba de o confuzie, ci, mai degrabă, de o încercare de a găsi similitudini între aceste două categorii profesionale.

Am vrut să constatăm dacă subiecții din aceste domenii sunt interesați de activitatea psihologului. Observăm că, așa cum era și firesc, cei mai interesați sunt studenții de la *psihopedagogie* (85%), aceasta explicându-se prin faptul că psihologia este un domeniu profesional având cele mai multe conexiuni cu specializarea lor. Mai puțin interesați (55%) s-au dovedit a fi cei din domeniul medical, chiar dacă serviciile psihologului clinician sunt solicitate pe larg în această branșă și cei de la *tehnologii informaționale* (45%), fapt explicabil în acest caz prin specificul activității lor. Pentru răspunsurile „da” am solicitat informații suplimentare cu privire la ce anume ar dori să știe despre profesia de psiholog. Astfel, subiecții ar fi interesați de informații referitoare la diverse metode și tehnici, pe care le-ar putea utiliza pentru ei personal, în cadrul interacțiunilor cotidiene – *medicină* și *tehnologii informaționale* sau în activitatea lor profesională – *pedagogie* (Tab.3).

Tabelul 3

Răspunsurile intervievaților la întrebarea
Ce anume ați dori să cunoașteți despre activitatea unui psiholog?

Medicină	Tehnologii informaționale	Psihopedagogie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode de psihoterapie ▪ Training-uri ▪ Limbajul corpului, psihologie feminină ▪ Modul de a înțelege oamenii ▪ Metode de a ajuta oamenii 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Traseul parcurs de psiholog ▪ Cum gândesc și cum analizează lucrurile ▪ Principiile de lucru ▪ Hipnoza și manipularea ▪ Întrebările corecte pentru a afla problemele 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Situații-problemă concrete și rezolvarea lor ▪ Cum se acordă ajutor eficient clienților ▪ Activitatea practică a psihologului ▪ Metode și modalități de lucru ▪ Rezultatele unor cercetări asupra diferitelor probleme ▪ Consiliere în cuplu

Conform răspunsurilor subiecților la întrebarea dacă *un bun psiholog se naște sau se formează prin studiile sale*, se prefigurează următoarele date: se formează prin studiile sale (*medicină* – 45%, *tehnologii informaționale* – 50%, *psihopedagogie* – 60%). Doar 15% dintre subiecții de la *medicină*, 10% de la *tehnologii informaționale* și, respectiv, 5% de la *psihopedagogie* consideră că un bun psiholog se naște.

Cât privește faptul dacă ar apela la ajutorul psihologului, rezultatele se prezintă în felul următor: subiecții din domeniul *psihopedagogie* ar apela în proporție de 100% la ajutorul psihologului, pe când numai 60% din subiecții de la *medicină* ar face-o. Mai rezervați sunt cei de la *tehnologii informaționale*, dintre ei doar 50% ar apela la un psiholog. Ne-a interesat să identificăm și situațiile în care ar solicita serviciile unui psiholog.

▪ Subiecții de la *medicină* ar merge la psiholog în situații problematice – „haos, dezorientare”, „probleme de ordin profesional, personal”, „când voi fi în depresie/șoc/doliu”, „când voi avea nevoie de un sfat”.

▪ Subiecții de la *tehnologii informaționale* ar solicita ajutorul unui psiholog atunci „când mă voi afla într-o situație de șoc/depresie/doliu” sau „când aș avea nevoie de un sfat”. Totuși, unii au mărturisit că cel mai probabil nu ar apela la psiholog, deoarece, spun ei, „nu am nevoie, mă descurc singur”.

▪ Subiecții de la *psihopedagogie* ar merge la psiholog în situații dificile – probleme de familie, socio-afective, depresie sau când se confruntă cu incapacitatea de a lua o decizie corectă.

În general, subiecții în proporție covârșitoare sunt de părere că societatea moldovenească are nevoie de psihologi: toate cele trei grupuri au răspuns „da” la această întrebare și doar 20% din subiecții de la *tehnologii informaționale* au răspuns „nu”. Credem că în acest din urmă caz poate fi vorba, mai degrabă, de o cunoaștere insuficientă a implicațiilor sociale ale serviciilor psihologice. Mai jos prezentăm și argumentele pe care se sprijină necesitatea ajutorului psihologic la nivel social (Tab.4).

Tabelul 4

Răspunsurile intervievaților la întrebarea
Societatea moldovenească are nevoie de psihologi?

Medicină	Tehnologii informaționale	Psihopedagogie
100% DA, fiindcă oamenii...	20% NU, 80% DA, fiindcă oamenii...	100% DA, fiindcă oamenii...
<ul style="list-style-type: none"> ✓ „se confruntă cu probleme, dereglări emoționale” ✓ „nu știu că au probleme” ✓ „au o mentalitate depășită” ✓ „trebuie să învețe să se auto-aprecieze la justa valoare” ✓ „suferă mult” ✓ „au nevoie de autodezvăluire și confesiune” ✓ „au nevoie de suport pentru a-și orienta comportamentul” 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ „au probleme, sunt stresați” ✓ „au nevoie de a-și menține moralul ridicat” ✓ „au nevoie de educație” ✓ „nu pot să găsească singuri soluții” ✓ „nu pot să-și conștientizeze și să-și înțeleagă problemele personale” 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ „vor deveni mai dezvoltati” ✓ „au nevoie de ajutor în soluționarea problemelor de suicid, divorț” ✓ „au nevoie să-și schimbe mentalitatea învechită” ✓ „au nevoie de ajutor în medierea conflictelor” ✓ „au nevoie de suport psihologic pentru a se adapta la condițiile în care trăiesc”

Ce părere au oamenii din societatea noastră despre psihologi? – o altă întrebare din chestionarul administrat grupului de studenți. În general, răspunsurile subiecților se referă la faptul că opiniile oamenilor din societatea noastră ar fi, mai curând, preponderent negative. Se sugerează o atitudine indiferentă și o cunoaștere vagă (psihologii fiind confundați cu psihiatrii).

▪ Subiecții de la *medicină* consideră că părerea societății noastre este de cele mai multe ori „indiferentă” sau chiar „negativă”. Psihologii continuă să fie „confundați cu psihiatri”, „nu sunt apreciați”, sunt considerați „oameni de mâna a doua”, care „consiliază oameni bolnavi sau proști”.

▪ Spre deosebire de subiecții de la *medicină*, cei de la *tehnologii informaționale* cred că opinia societății este în general una bună, chiar dacă uneori se creează impresia că activitatea psihologilor este mai mult „business decât ajutor”. Această percepție, menționează studenții, este condiționată de faptul că oamenii sunt „neinformați”. La psiholog se adresează în special „persoane cu dereglări psihice”, se mai relevă din răspunsurile lor.

▪ Subiecții de la *psihopedagogie* afirmă că oamenii nu se adresează la psiholog, fiindcă „au rude, prieteni sau vecini” care pot să le ofere un suport similar cu cel oferit de psiholog. Mai mult, evidențiază participanții

la studiu: „dacă apelezi la ei [la psihologi, *n.n.*], ești considerat bolnav mintal”, percepție determinată de confuzia dintre psiholog și psihiatru care mai persistă la nivelul cunoașterii comune. Pot fi identificate și anumite mituri legate de psihologi, care pot fi văzuți drept „clarvăzători”. Dar, în general, consideră studenții de la *psihopedagogie*, atitudinea societății este mai degrabă „neutră”, iar munca psihologilor „este prost remunerată”.

Reprezentări privind activitatea psihologului în mediul organizațional (angajați)

Pentru a identifica elementele reprezentării sociale a psihologului în mediul organizațional am administrat chestionarul „*Reprezentări privind activitatea psihologului și a intervenției psihologice în mediul organizațional*” la trei loturi de subiecți (15 angajați din instituții cu profil medical – IPM, 15 cu profil educațional – IPE și 15 cu profil industrial – IPI). Am constatat că angajații din domeniul medical sunt mai informați despre ceea ce presupune munca unui psiholog organizațional, decât cei din IPI și IPE.

Subiecții din IPM au vârsta cuprinsă între 30 și 50 de ani, majoritatea fiind de gen feminin, cu o vechime în muncă de peste 5 ani și studii în domeniul medical. La întrebarea *Cine este un psiholog și cu ce se ocupă acesta?* au fost date răspunsuri, precum: psihologul este o persoană care s-a specializat în psihologie, urmând facultatea de psihologie; obiectul activității psihologului este omul cu toate caracteristicile sale. Producțiile asociative cu referire la profesia de psiholog au fost: un ajutor sigur, persoană de încredere, consilier, un bun îndrumător, dascal. Trăsăturile cele mai reprezentative pentru profesia de psiholog au coincis în mare măsură cu cele oferite și de angajații din IPE, și anume: responsabil, calm, aspect fizic plăcut, aspect îngrijit, exemplu de conduită pentru ceilalți.

În ceea ce privește sferele principale de activitate ale specialiștilor din psihologie, angajații din IPM menționează frecvent următoarele domenii: *medical*, invocându-se aici serviciile oferite de psihologii clinicieni și psihoterapeuți; *educațional* și *consilierea în probleme de familie*. Subiecții au mai precizat că de psiholog este nevoie și în instituțiile în cadrul cărora sunt instruiți specialiști pentru misiuni speciale de securitate, dar mai puțin s-a vorbit despre necesitatea psihologului în instituțiile cu regim închis, în instanțele judecătorești și în organizații cu profil industrial. Alte instituții în care se atestă o necesitate sporită a implicării specialiștilor psihologi sunt penitenciarele, instituțiile în care sunt tratați bolnavi cu dependență, centrele în care sunt plasați copiii abandonati, secțiile unde sunt pacienți ce suferă de boli incurabile ș.a.

Toți angajații IPM, participanți la studiul nostru, au afirmat că la locul de muncă au nevoie de un psiholog, care ar susține moralul ridicat și ar atenua starea depresivă a pacienților, ar crea interacțiuni mai armonioase în cadrul spitalului, s-ar ocupa de imaginea organizației și ar stabili relații de cooperare cu alte organizații de același profil sau cu profil diferit. Bineînțeles, menționează subiecții, un psiholog ar favoriza înțelegerea stării pacientului, acceptarea și depășirea situației în care se află, precum și ar oferi sprijin angajaților în caz de eșec sau probleme în activitatea lor profesională. Prin urmare, subliniază ei, implicarea psihologului va aduce doar avantaje și beneficii. Rolul psihologului organizațional se consideră a fi în susținerea condițiilor din organizație, posibil în reorganizarea structurii actuale; participarea la recrutarea și selecția profesională a noilor angajați; analiza cauzelor ce au provocat conflicte la serviciu ș.a. Sarcinile enunțate ilustrează tocmai câteva dintre funcțiile pe care le îndeplinește un psiholog organizațional, doar că au fost omise încă o mulțime de alte activități, la fel de importante. O explicație ar fi nivelul scăzut de promovare a psihologului în organizații și a necesității intervenției psihologice în orice tip de organizație.

Cât privește dificultățile întâlnite la locul de muncă, subiecții din IPM menționează: salariul mic, condițiile de muncă precare, echipamentul învechit, lipsa echipamentului performant, de ultimă generație, sponsorizarea ineficientă pentru a crește gradul de profesionalism al specialiștilor în domeniu, susținerea ineficientă din partea statului, numărul necorespunzător de locuri pentru plasarea pacienților în raport cu numărul de solicitări. Majoritatea angajaților din aceste instituții sunt de părere că prin intermediul și cu ajutorul psihologului s-ar putea negocia asupra redresării acestor situații.

În IPE, chestionarul a fost administrat la 15 persoane (12 de gen feminin și 3 persoane de gen masculin, cu vârsta cuprinsă între 26 și 45 de ani). Cu referire la reprezentarea profesiei de psiholog în IPE, constatăm că, în mare parte, este una corespunzătoare cu cea relevantă la angajații din mediul medical. Totuși, și în acest caz se atestă o informare insuficientă cu privire la munca pe care o face un psiholog organizațional. Confuzia derivă din suprapunerea sarcinilor specifice psihologului organizațional cu cele ale psihologul școlar, cel din urmă având totuși alte atribuții decât cele specifice psihologului organizațional, care se ocupă de funcționarea psihologică a organizației ca o structură unitară. Doar două cadre didactice mai tinere aveau o reprezentare

obiectivă despre profesia de psiholog organizațional și implicațiile pe care le presupune intervenția acestuia în instituții de tip educațional. Explicația este că, cu foarte puțin timp în urmă, ele se aflau încă pe băncile universității și, având prieteni care își făceau studiile la facultatea de psihologie, s-au informat cu privire la obligațiile și abilitățile ce țin de competența unui specialist în psihologie organizațională.

Toate persoanele chestionate din IPE nu au întâlnit dificultăți în a spune cine este un psiholog și cu ce se ocupă acesta. Majoritatea respondenților au afirmat că psihologul este un specialist înzestrat cu cunoștințe despre psihologia omului și se ocupă cu studiul comportamentelor umane, al factorilor și condițiilor care modelează aceste comportamente și cu identificarea soluțiilor optime în vederea modificării comportamentelor deviate de la normele de conduită normale. Cuvintele și expresiile asociate profesiei de psiholog, întâlnite cu o frecvență mai mare, sunt: psihologul este un bun ascultător, un îndrumător, un ajutor de încredere, asemeni unui profesor, susținător al elevilor și profesorilor. În unul din cazuri, psihologul a fost comparat metaforic cu un „dascal în știința despre om”.

În ordinea importanței cele mai reprezentative trăsături pentru un specialist în domeniul psihologiei au fost considerate a fi: calmul; mimica feței senină, deschisă; aspect îngrijit, plăcut; sclipire în privire; dragoste față de oameni, precum și capacitatea de a impresiona și a trezi admirație. Trăsăturile menționate de subiecți reflectă așteptările sociale privind imaginea și comportamentul unui psiholog, făcând trimitere la obligația de a avea grijă de aspect și starea sa de spirit, indiferent de dificultățile și greutățile cu care se confruntă pe plan profesional sau personal. Așteptările pe care le au ceilalți de la reprezentanții acestei profesii îl obligă pe psiholog să-și lase problemele în afara mediului de activitate și să păstreze mereu un surplus de energie pozitivă pentru cei care îi înconjoară.

Subiecții din IPE indică drept sfere de activitate a psihologului următoarele domenii: *educațional și medical*. Alte instituții menționate sunt cele de tip închis, dar și cabinetele particulare de consiliere și psihoterapie, unde, relatează ei, te poți adresa pentru a găsi soluții la probleme de tip social, personal sau profesional. În ceea ce privește activitatea psihologului în organizații și atribuțiile sale de rigoare, pentru mulți a fost surprinzător să afle că psihologul ar putea să-i ajute în muncă, explicând acest fapt prin lipsa de informare, dar și prin absența unui psiholog organizațional în cadrul instituției în care activează. Ca urmare, aproximativ toți respondenții consideră că în organizația în care activează este nevoie de un psiholog pentru a schimba natura relațiilor tensionate sau lipsite de cooperare; pentru a transforma monotonia programului școlar într-o activitate plăcută; pentru a obține de la profesia de profesor ceea ce și-au dorit în momentul în care au ales această profesie; pentru a oferi elevilor ceea ce ei așteaptă să primească de la profesor ca un model de conduită și un furnizor de cunoștințe. Aceste răspunsuri sunt sarcini puse în fața psihologului școlar, precum și în fața unui psiholog organizațional, care ar avea o contribuție importantă în acest sens, ca urmare a impactului intervenției psihologice la nivel de organizație. Cooperarea dintre acești doi specialiști ar produce schimbări radicale. Dintre cele 15 persoane chestionate care au răspuns „da” la această întrebare doar 4 nu și-au putut afirma ferm alegerea făcută, însă consideră cu siguranță că orice schimbare e spre binele organizației și al lor personal.

Delimitarea funcțiilor și sarcinilor unui psiholog organizațional a fost pentru ei o adevărată provocare. Incapacitatea de a oferi un răspuns poate fi explicată, după cum menționează și ei, prin necunoașterea lor, prin faptul că nu au apelat la serviciile unui psiholog organizațional și prin faptul că, în unele cazuri, în instituții lipsește chiar și un psiholog școlar.

Conform subiecților din IPE, dificultățile întâlnite la locul de muncă sunt: relațiile nu foarte amabile dintre colegi; disciplina mai mult formală a elevilor, dar și a colegilor de muncă; insuficiența numărului de ore în pofida programului școlar supraîncărcat; lipsa unor programe distractive în afara orelor curriculare care, cred ei, ar schimba natura relațiilor dintre profesor și elev; lipsa unor metode, tehnici inovative ce ar captiva interesul și dorința elevilor pentru carte. Este de precizat că doar tinerii specialiști au inclus în această listă și salariile mici. Se consideră că implicarea psihologului este binevenită pentru soluționarea oricărei probleme din această listă, excluzând, în mod evident, problema salariilor mici, cu toate că psihologul organizațional ar putea să se implice și aici, prin oferirea de sugestii în ceea ce privește stabilirea normelor salariale în funcție de progresul și performanțele obținute.

Reprezentarea profesiei de psiholog în IPI este una distorsionată, străină realității obiective, intervenția psihologică fiind lipsită de popularitate; mai mult, predomină un grad sporit de rezistență în ceea ce privește implicarea psihologului în activitatea IPI. Angajații din IPI (vârsta 28-45 de ani, vechimea în muncă mai

mare de 5 ani), subiecții ai acestui studiu, consideră că psihologul este acea persoană care este instruită în a ști totul despre om, despre celălalt și că ocupația lui de bază este de a ajuta oamenii. Se consideră că de psihologi are nevoie doar categoria de persoane care suferă de boli mentale și că orice altă persoană ce se adresează psihologului are grave probleme personale și nu este în stare să-și rezolve singură problemele.

Totuși, constatăm că angajații cu vârste cuprinse între 20 și 30 de ani, 30 și 40 de ani și-au creat o reprezentare mai apropiată de reală și obiectivă despre profesia de psiholog, comparativ cu persoanele având vârsta cuprinsă între 40 și 50 de ani, care au o reprezentare mult mai eronată, departe de a corespunde realității. Acest fapt se datorează, probabil, și sferei în care activează și căreia s-au dedicat, fără a manifesta interes sporit pentru un alt domeniu, precum cel al științelor socioumanistice. O altă explicație relevantă este și nivelul de instruire. Dintre 15 angajați, doar 2 persoane au studii universitare de licență, specializate în științe socioumanistice.

În cadrul subiecților din IPI, opiniile asociate profesiei de psiholog, întâlnite cu o frecvență mai mare, sunt: psihologul ajută oamenii care se confruntă cu anumite probleme; lucrează în spitale și școli; psihologii fac teste; oamenii sănătoși nu prea au nevoie de psiholog. Am identificat și câteva producții asociative cu referire la legătura dintre psiholog și profesorul școlar, ceea ce se explică, probabil, prin faptul că orele de psihologie generală sunt predate în școli nu de psihologi, specialiști în domeniu, ci de alți profesori. În ceea ce privește trăsăturile reprezentative pentru un specialist în domeniul psihologiei, majoritatea angajaților consideră că un psiholog trebuie să fie calm, să fie un bun ascultător, să aibă o imagine plăcută și un chip senin.

În momentul când s-a ajuns la enumerarea unor sfere sau domenii în care profesia de psiholog este utilă, respondenții/angajații s-au confruntat cu dificultăți. Domeniile de activitate ale psihologilor, indicate în mod frecvent sunt, de fapt, cele în care psihologii se implică mai mult – medical și școlar. Participanții la studiu nu conștientizează încă ce beneficii ar putea aduce intervenția psihologică în cadrul organizației în care ei activează. Când au fost întrebați dacă au nevoie de un psiholog în organizația în care lucrează, toți au răspuns unanim că nu au nevoie și că nu percep ce obligații și ce servicii acesta ar putea presta. Argumentul de bază a fost că „nu au nevoie de cineva care să stea așezat pe scaun, ci de o mână de ajutor”.

Diminuarea importanței profesiei de psiholog în IPI este vădit accentuată. Angajații nu beneficiază de aceste servicii și nici nu sunt informați despre munca pe care o îndeplinește psihologul în cadrul unei IPI, chiar dacă majoritatea celor chestionați invocă la locul de muncă și dificultăți de ordin psihologic. Printre dificultățile menționate sunt cele referitoare la nivelul de salarizare sau la întârzierile de plată a salariului, nerespectarea securității la locul de muncă, lipsa echipamentului și a utilajului modern ș.a. Mai puțin au fost invocate probleme de ordin psihologic și relațional: conflicte organizaționale, relații defectuoase sau lipsă de satisfacție și motivație la locul de muncă.

Concluzii

Menționăm că studiul de față este unul explorativ și comportă limitele de rigoare. O cercetare complexă cu referire la reprezentarea socială despre profesia de psiholog ne va oferi posibilitatea să aprofundăm concluziile desprinse din acest studiu și să evidențiem care sunt reprezentările populației cu referire la intervenția psihologică în diverse sfere de activitate și să comparăm aceste rezultate cu cele identificate în alte țări. Prezentăm mai jos cele mai importante concluzii ale acestei cercetări.

- Constatăm că în cele trei grupe de studenți majoritatea percep psihologul ca „un specialist în psihologie”, care se formează prin studii universitare.
- Psihologul nu mai este confundat cu psihiatrul, cel puțin în cazul unor persoane instruite, fapt dovedit și de datele studiului nostru; totuși, subiecții relatează că în societate se mai întâlnește o asemenea percepție. La fel, persistă o concepție eronată privind activitatea psihologului, precum că psihologul „oferă sfaturi”, „este un fel de medic”.
- Am putea spune că sporește interesul societății față de psihologi, fapt relatat și de subiecți, care evidențiază necesitatea serviciilor psihologice în societatea noastră, în general, și pentru fiecare din ei personal.
- Nu am întâlnit în relatările studenților referiri la activitatea psihologului și în alte domenii, cum ar fi domeniul organizațional, politic sau economic, ceea ce dovedește că sunt domenii care rămân încă în „umbră”, majoritatea subiecților referindu-se la serviciile „clasice” ale psihologului – consilierea în cazul unor probleme interpersonale, emoționale sau psihice.

- Analiza rezultatelor relevă faptul că profesia de psiholog organizațional nu se bucură încă de mare popularitate, dar constatăm că nu este cu desăvârșire străină intereselor de a asigura funcționarea armonioasă a organizației. Drept urmare, am vrea să credem că, fiind la început de cale, schimbarea de imagine va depinde de succesul și calitatea intervenției psihologice în diverse grupuri și organizații.
- Lipsa de informare privind serviciile psihologului organizațional reprezintă un dezavantaj atât pentru absolvenții programelor de profil, care nu pot să-și folosească cunoștințele în scopuri practice, cât și pentru actorii organizaționali și organizații per ansamblu, care sunt lipsiți de servicii de calitate în vederea asigurării unei mai bune funcționări la nivel organizațional.
- Studiul nostru relevă importanța informării privind serviciile psihologice în diverse domenii – educație, sport, organizațional, politic etc. și promovarea profesiei de psiholog în mediul organizațional.

Bibliografie:

1. BALAN, B. Reprezentarea socială a profesiei de psiholog: între a fi și a deveni. În: *Psihologia socială. Buletinul Laboratorului „Psihologia câmpului social”*. Iași: Polirom, 1999, nr.4, p.74-88. ISSN 1454-5667
2. BARKWAY, T. & KIRBY, N. The attitudes and opinions of Australian personnel management. Toward the contribution of industrial psychologists to human resource management. In: *Australian Psychologist*, 1983, vol.18(3), p.345-357. ISSN 1742-9544
3. CURELARU, M. *Reprezentări sociale* (ed. a II-a rev.). Iași: Polirom, 2006. 235 p. ISBN (10) 973-46-0302-7, ISBN (13) 978-973-46-0302-2
4. GUEST, L. The public's attitudes towards psychologists. In: *American Psychologist*, 1948, vol.3(4). p.135-139. ISSN 0003-006X (print), 1935-990X (online)
5. MOSCOVICI, S. *Psychoanalysis, its Image, and its Public*. Cambridge: Polity Press, 1961/2008. 384 p. ISBN 978-07456-3268-1
6. NECULAU, A. (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale* (ed. a II-a). Iași: Polirom, 1997. 248 p. ISBN 973-683-016-0
7. SHARLEY, C.F. Public perceptions of four mental health professions: a survey of knowledge and attitudes to psychologists, psychiatrists, social workers and counselors. In: *Australian Psychologist*, 1986, vol.21(1), p.57-67. ISSN 1742-9544
8. SMALL, J. & GAULT, U. Perceptions of psychologists by the general public and three professional groups. In: *Australian Psychologist*, 1975, vol.10(1), p.21-31. ISSN 1742-9544
9. TALLENT, N. & REISS, N.J. The public's concepts of psychologists and psychiatrists: A problem in differentiation. In: *The Journal of General Psychology*, 1959. no.61(2), p.281-285. ISSN 00221309 (print), 1940-0888 (online)
10. THUMIN, F.J. & ZEBELRNAN, M. Psychology versus psychiatry: A study of public image. In: *American Psychologist*, 1967, no.22, p.282-286. ISSN 0003-006X (print), 1935-990X (online)
11. WOOD, W., JONES, M. & BENJAMIN, L.T. jr. Surveying psychology's public image. In: *American Psychologist*, 1986, no.41(9), p.947-953. ISSN 0003-006X (print), 1935-990X (online)

Prezentat la 20.05.2013