

ванные Колобком, помогли ему в достижении цели?;

- Как на рисунке, представленном первой подгруппой, отражены основные этапы технологического цикла продаж?;
- Что помогло Ивану Царевичу решить стоящую перед ним задачу?;
- Поднимите руки те, кто хотел бы работать в команде, представленной второй проектной подгруппой. Что вас в ней привлекает, что вам понравилось?;
- Уважаемый Михайло Потапыч, охарактеризуйте, пожалуйста, своего партнера по взаимодействию: что вы нам можете сказать о Зайце? Как вам с ним работало?

**Рефлексия** – анализ проведенного взаимодействия из позиции участника тренинга, в категориях «Там и тогда». Тренер «перебрасывает мостик» из смоделированной на тренинге ситуации в реальную профессиональную (управленческую, переговорную, коммерческую и т. п.) практику участников:

- Что из проведенного взаимодействия вы взяли для своей работы (управленческой практики, практики продаж, переговорной практики)?;
- Какая из увиденных вами моделей поведения является наиболее оптимальной применительно к организационным реалиям вашей Компании?

Основной задачей рефлексии – завершающего этапа проведенной арттерапевтической процедуры – как раз и является формирование тех самых «сухих остатков», с которыми участники должны выйти с тренинга, которые должны унести с собой. Именно они вносят вклад в

наступление запланированных тренером изменений.

Согласимся с Е.В. Сидоренко в том, насколько весомый остаток сформирован, в значительной большей степени зависит именно от тренера. Это он – специалист по выявлению психологического содержания и психологических «сухих остатков» [4].

Грамотная реализация тренером арттерапевтической процедуры позволяет создать необходимую активность и включенность участников тренинга, сформировать у них конструктивную мотивацию на выполнение задания, получить запланированные эффекты в категориях изменений в участниках, в группе, в целом в организации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сусанина, И.В. Введение в арт-терапию: учеб. пособие / И.В. Сусанина. – М.: «Когито-Центр», 2007. – 95 с.
2. Цзен, Н.В. Психотренинг: игры и упражнения / Н.В. Цзен, Ю.В. Пахомов. – 2-е изд., доп. – М.: Независимая форма «Класс», 2006. – 242 с.
3. Методы практической социальной психологии: Диагностика. Консультирование. Тренинг: учеб. пособие для вузов / Ю.М. Жуков, А.К. Ерофеев, Ф.А. Липатов и др.; под ред. Ю.М. Жукова. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 256 с.
4. Сидоренко, Е.В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии / Е.В. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2002. – 208 с.

#### SUMMARY

*The analysis of three stages of inculcation of arttherapies' tools in business-training is conducted. The recommendations to trainers for a work with arttherapies' tools are given.*

УДК 316.6

**Н.И. Олифирович**, кандидат психологических наук, доцент,  
начальник социально-психологического центра БГПУ;

**Ю.М. Солодуха**, аспирант Национального института образования

## ОБРАЗ КЛИЕНТА В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПСИХОЛОГА

Глобальные преобразования в социальной и экономической сфере, развитие науки и техники детерминирует внедрение психологии в различные сферы жизни общества, что обуславливает предъявление новых требований к психологам. Несмотря на то, что системой образования подготовлено достаточное количество таких специалистов, наблюдается текучесть психологических кадров во всех сферах их деятельности. Существует проблема низкого уровня профессионализма психологов, особенно в

области оказания психологической помощи. Помимо объективных причин, к которым относятся недостаточное количество часов на изучение практико-ориентированных предметов, этот факт связан с отсутствием у специалистов стабильной внутренней системы координат – профессиональной идентичности. Именно профессиональная идентичность является тем интегральным образованием, которое включает как профессиональные знания, умения и навыки, так и представления о себе как профессионале и субъекте своей деятельности – клиенте.

На сегодняшний день проведен ряд исследований профессиональной идентичности психологов (Т.М. Буякас, Е.П. Ермолаева, Н.Л. Иванова, И.С. Кон, Р. Лэйнг, Е.С. Макеева, К. МакГовен, Л. Харт, А.Б. Орлов, Ю.П. Поваренков, У.С. Родыгина, В.В. Столин, И.В. Субботин, Дж. Соненфелд, И.Ю. Хамитова Л.Б. Шнейдер и др.). Образ себя, Я-концепция, идентичность достаточно широко представлены в научных работах как в отечественной, так и в зарубежной психологии.

Согласно У.С. Родыгиной, профессиональная идентичность – «это часть профессионального Я, которая содержит представления человека о себе как о специалисте, принадлежащем к определенной профессиональной группе (с определенными нормами и ценностями), испытывающем от этого положительные эмоции и чувства, имеющем модель для отождествления, способном на основе этого прогнозировать свое профессиональное будущее и самостоятельно принимать профессиональные решения» [1, с. 10].

Психологи выделяют различные компоненты профессиональной идентичности: хронотопы, прототипы (Л.Б. Шнейдер); когнитивный и аффективный (В.А. Хащенко, Н.Л. Иванова и др.); «условно внутренние»: когнитивный, эмоциональный, ценностно-смысловой, мотивационный и личностный, «условно внешние»: социальный, операционально-деятельностный и поведенческий, интегральный компонент «активность» (Дж. Марсиа, Ю.А. Кумырина, Э.В. Сайко, У.С. Родыгина, М.В. Цельмина, В.А. Хащенко и др.).

Наиболее близкой к нашим взглядам является позиция Г.И. Малейчука [2], который выделяет в структуре идентичности следующие компоненты: Я-концепция или образ Я, концепция Другого, или образ Другого. Я-концепция – это система представлений личности о своем Я и отношений к нему. Концепция Другого – система представлений личности о не-Я, Другом, и отношений к нему. Действительно, невозможно описать личность человека, не касаясь ее отношения с другими, потому что любой человек постоянно воздействует на других и подвергается воздействию с их стороны. Таким образом, идентичность требует существования другого, посредством отношений с которым станет возможной самоидентификация [3]. Другой является мерой обнаружения, фиксации, изменения собственной психической реальности. Личность не только формирует свое Я, «смотрясь» в другого, Я вообще не может быть раскрыто через отношение к самому себе [4].

Принимая во внимание тот факт, что профессиональная идентичность является одним из видов идентичности, а также опираясь на идеи У.С. Родыгиной и Г.И. Малейчука, рас-

смотрим профессиональную идентичность через структурные компоненты, представленные профессиональной Я-концепцией психолога и концепцией Другого – клиента. На основании этих представлений строится модель профессиональной деятельности, определяются способы установления контакта с клиентом, характер взаимодействия.

Особую важность эти представления-образы приобретают в контексте оказания психологической помощи. О.А. Белобрыкина, Ю.В. Владова полагают, что «мера эффективности деятельности психолога во многом зависит от того, насколько экологичной является его собственная картина мира», то есть насколько психолог ориентируется на этические, социокультурные образцы, которые позволяют выстраивать систему взаимоотношений с человеком, нуждающимся в психологической помощи [5].

Существуют различные парадигмы психологической помощи, каждая из которых опирается на собственную теоретическую базу, обосновывает использование тех или иных способов взаимодействия. Например, в рамках медицинской парадигмы клиент воспринимается как человек с определенной болезнью, которую надо вылечить; в рамках педагогической психолог выступает в качестве наставника, который может научить клиента жить правильно и др. Фиксация в рамках одной модели приводит к односторонности и ригидности в восприятии клиента при построении с ним профессиональных отношений. Выходом из такой ситуации может стать создание личностно ориентированной модели, в которой психолог является скорее фасилитатором и партнером, помогающим клиенту развиваться, чем «врачом» или «наставником».

Процесс оказания психологической помощи представляет собой совместное осмысление жизненной ситуации клиента и поиск наилучшего решения проблемы [6], тем самым предполагая диалогический режим взаимодействия консультанта и клиента. Психолог помогает клиенту достичь глубокого осознания и осмысления своей проблемной ситуации, справиться с кризисом, обнаружить скрытые возможности и ресурсы своей личности. В качестве средств такой помощи специалист может использовать различные психотерапевтические техники и приемы, применение которых детерминировано как восприятием клиента «здесь и теперь», так и существующим у психолога архетипическим образом клиента.

По мнению О.Р. Бондаренко, начинающие психологи часто воспринимают своих клиентов как людей с неправильными мыслями и действиями. В этом случае возможными становятся два исхода терапевтического контакта – «сверхзабота» о клиенте и «сверхсамоценность» консультанта. Обе стратегии предполагают сосре-

доточение консультанта только на себе [7]. Такие действия психолога скорее наносят вред клиенту, чем помогают ему.

Несмотря на отсутствие научных исследований, в обыденном сознании существуют представления о психологе как «раненом целителе» (К. Юнг). Эти представления базируются на идее проективного содержания желаний помочь другому, основанного на собственной потребности психолога в помощи, поддержке, заботе и понимании. Однако в зависимости от «базисного дефекта» самого психолога (М. Балинт), отраженного в его идентичности, психолог, воспринимая клиента через призму собственного Я, будет тем или иным способом «доставлять» его образ. Опираясь на идеи Н.В. Чудовой, описывающей имплицитную модель межличностного оценивания как способ формирования отношения к тем или иным качествам другого человека [8], подчеркнем, что естественная неадекватность образа «Я» психолога оказывается скомпенсированной специально подобранным набором принимаемых и отвергаемых качеств клиента. Таким образом, психолог получает возможность учитывать в неявном виде свои личностные особенности при взаимодействии с клиентом и оказании ему психологической помощи.

Можно предположить, что, закрепляясь и становясь устойчивой, система представлений психолога о клиентах и о себе как профессионале, как правило, приобретает черты профессионального стереотипа, а неадекватно сформированный стереотип может стать препятствием в развитии личности профессионала. Эти образы, представляющие собой «имплицитную профессиональную модель личности» психолога и клиента, включаются в структуру профессиональной идентичности и детерминируют последующую деятельность профессионала [9].

Наши идеи подтверждают исследования Е.Т. Соколовой, анализирующей «психотерапию со значимым Другим» в рамках функционально-структурной деятельности психотерапевта. Исследование Е.Т. Соколовой позволило в общих чертах определить круг действий психотерапевта, способствующих развертыванию внутреннего диалога клиента, классифицировать психотерапевтические функции по отношению к стадиям психотерапии. Автором было показано, что часто образ Другого строится по принципу комплементарности [10]. В структуре идентичности образ Другого выполняет компенсаторные функции, дополняя образ Я.

Выделенные ею паттерны репрезентаций отношений Я-Другой применимы не только к клиентам, но и к психологам. Типичные фантазийные паттерны отношений, выявленные у клиентов (Альтруистически-Всемогущий Я – Нуждающийся в помощи Другой; Агрессивно-Всемогущий Я – Испуганный Другой; Необык-

новенно Грандиозный Я – Восхищающийся Другой и др.) находят отражение в исследованиях деятельности психологов с зависимыми клиентами (триада «жертва-спасатель-преследователь»), в исследованиях синдрома выгорания и сгорания у психологов и др.

Для изучения представлений о клиенте нами было проведено пилотажное исследование, в котором приняли участие 75 студентов-психологов 1, 3 и 5 курсов. Респондентам предлагалось написать проективное сочинение о клиентах и способах взаимодействия с ними. Полученные материалы были обработаны с помощью контент-анализа. Были выявлены определенные стереотипы в восприятии клиентов у студентов-психологов. Наиболее часто встречающимися у студентов 1 курса (85 % респондентов) являются представления о клиенте как о незрелой личности, больном человеке, неудачнике, пациенте. На пятом курсе клиент значимо чаще воспринимается как равноправный партнер консультативного взаимодействия (52 % респондентов). Студенты 1 курса более склонны к идеализации психолога, предоставлению ему неограниченных возможностей в процессе консультирования, воспринимают его как старшего брата, наделенного мудростью; студенты 5 курса чаще воспринимают психолога как руководителя. Однако представления о клиенте не претерпевают значительных изменений, и достаточно большое количество студентов всех курсов воспринимают психолога как бога, волшебника, спасителя.

Данные, полученные нами, согласуются с исследованием профессионального менталитета студентов-психологов, проведенного Н.И. Олифирович, Т.В. Уласевич. Авторы считают, что представления будущих психологов о клиентах подвержены стереотипизации и формируются на стыке научно-теоретических и житейско-практических взглядов (психолог – это «руководитель», «врач», «сверхчеловек»; клиент – это «объект», «незрелая личность», «пациент») [11]. В процессе обучения эти образы становятся более адекватными специфике профессиональной деятельности психолога.

Таким образом, у студентов, поступающих на факультеты психологии, существует определенный образ клиента, психолога и профессиональной деятельности. В процессе обучения он усложняется, но пока специалист не начинает практическую деятельность, такой образ будет строиться проективным путем и включать в себя отвергаемые качества и характеристики личности самого терапевта. Однако в целом, несмотря на повышение уровня общей психологической культуры общества, представления о клиентах и психологах остаются ригидными и стереотипными.

По мнению И.А. Мироненко, «психологизация» общества есть ... следствие комплекса

проблем, порожденных объективным ходом человеческой истории, суть которых прямо относится к предметному полю психологической науки, ... которые имеют жизненное значение для современного человека» [12, с. 105]. Действительно жизнь в современном обществе, огромное количество стрессов, быстрое изменение окружающего мира ставит перед человеком непростую задачу выстраивания картины мира, адекватной реальности, построения образа Я. Поэтому психологическое знание сегодня является очень востребованным. Однако психологическая наука и практика не могут в полной мере справиться с такими задачами, поэтому в обществе возникают и успешно существуют фельдшеризм, шаманство, поп-психология [12, с. 13]. Все это дискредитирует психологическую науку, действуя как «механизм оглушения людей, отнимает у практических психологов потенциальных клиентов (очевидно, во вред им)» [12, с. 104]. Популяризация психологического знания часто ведет к появлению неадекватных представлений у отдельных людей о психологах и психологической помощи, формированию соответствующих общественных представлений-стереотипов. Здесь мы имеем в виду именно так называемую «поп-психологию», популярную психологическую литературу и телевизионные передачи сомнительного качества. Как мы уже отмечали, образы профессионалов формируются на основе обыденных представлений, поэтому научная психология должна способствовать повышению психологической культуры общества.

Анализ работ по проблеме профессиональной идентичности будущих психологов показал, что существующая система профессиональной подготовки уделяет недостаточно внимания личностному развитию студентов-психологов и практически не рассматривает самосознание студента как ресурсный источник профессионального формирования и развития, что впоследствии приводит к увеличению числа случаев некорректного применения психологических знаний среди специалистов-психологов.

На наш взгляд, при подготовке будущих психологов к оказанию психологической помощи необходимо решить несколько основных задач:

1. Проанализировать представления психологов о себе как профессионалах, о клиентах и профессиональной деятельности.
2. Установить характер взаимосвязи между личностью психолога и образом клиента.
3. Разработать модель коррекции неадекватных представлений психологов о клиентах.

Решение данных задач позволит определить выходы из кризиса, в котором сегодня находится практическая психология, получить информацию, необходимую для изменения процесса обучения, его модернизации для оптимизации подготовки высококвалифицированных профес-

сиональных кадров. В частности, создание специальных тренингово-коррекционных программ для психологов с использованием различных инновационных технологий позволяет сформировать необходимые личностные качества, скорректировать неадекватные представления, обучить навыкам саморефлексии и др., а также интегрировать полученные теоретические знания в модель профессиональной деятельности. Понимание взаимосвязи между образом клиента и стилем деятельности практического психолога, его успешностью в работе также позволит оказывать помощь уже практикующим специалистам.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Родыгина, У.С. Психологические особенности развития профессиональной идентичности студентов – будущих психологов: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / У.С. Родыгина. – Курск, 2007. – 18 с.
2. Малейчук, Г.И. Модель становления идентификации / Г.И. Малейчук // Психологія. – 1998. – № 2(11). – С. 3–19.
3. Лэйнг, Р.Д. «Я» и Другие / Р.Д. Лэйнг; пер. с англ. Е. Загородной. – М.: Независимая фирма «Класс», 2002. – 192 с.
4. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 712 с.
5. Власова, Ю.В. К вопросу о профессиональном становлении и развитии личности психолога / Ю.В. Власова, О.А. Белобрыкина // Психология в вузе. – 2004. – № 2. – С. 86–98.
6. Колпачников, В.В. Индивидуальные модели консультативного процесса и психологического здоровья в консультировании / В.В. Колпачников // Журнал практического психолога. – 1997. – № 5. – С. 18–26.
7. Бондаренко, О.Р. Умное незнание психолога-консультанта / О.Р. Бондаренко // Журнал практического психолога. – 1998. – № 7. – С. 54–58.
8. Чудова, Н.В. Влияние личностных характеристик субъекта на его представление об идеальном партнере по общению / Н.В. Чудова // Психологический журнал. – 1993. – Т. 14. – № 3. – С. 28–37.
9. Кияшко, Л.А. Особенности образов субъекта и объекта профессиональной деятельности у будущих психологов / Л.А. Кияшко, А.В. Гордеева [электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://www.rapdon.org.ua/mod-subjects-view-page-pageid-10.html>
10. Соколова, Е.Т. Психотерапия: Теория и практика / Е.Т. Соколова. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 368 с.
11. Олифинович, Н.И. Профессиональный менталитет студентов-психологов / Н.И. Олифинович, Т.В. Уласевич // Возрастная и педагогическая психология: сб. науч. тр. Вып. 6 / Бел. гос. пед. ун-т им. М. Танка. – Минск: БГПУ, 2005. – С. 110–119.
12. Мироненко, И.А. Поп-психология, или о пользе науки / И.А. Мироненко // Вопросы психологии. – 2008. – № 2. – С. 103–108.
13. Зинченко, В.П. Общество на пути к «человеку психологическому» / В.П. Зинченко // Вопросы психологии. – 2008. – № 3. – С. 3–10.

#### SUMMARY

*The article is dedicated to the problem of the client's image in the psychologists' professional identity structure as one of the factors determining professional work in the field of rendering psychological help. The current state of modern psychological science and the main features of the general psychological culture of our society in the field of rendering psychological help are described in article.*