

6. Холодная М.А. Когнитивные стили как проявление своеобразия индивидуального интеллекта. Киев, 1990.
7. Didkovskaya O. Cognitive Style and Problems of Psychological Education //The Second International Conference on Neural Networks and Artificial Intelligence ICNNAI-2001. Minsk, 2001, P. 241-245.
8. Stroop J.R. Studies of Interference in Serial Verbal Reactions //Journal of Experimental Psychology, Vol. 28, 1935, P.643-622.

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПСИХОЛОГА

Наталья Олифирович,

кандидат психологических наук,

Ольга Станкевич,

методист лаборатории «Психология и психотерапия семьи» БГПУ им. М.Танка

Постановка проблемы профессиональной идентичности психолога, ее структуры и генезиса является актуальной как по причине кризиса идентичности современного человека, так и в связи с назревшими психотерапевтическими задачами. Переживание кризиса идентичности актуализируется и в профессиональной сфере. Особенно актуальна проблема профессиональной идентичности в становлении современных психологов-практиков. Психологическое понимание структуры, генезиса, условий становления идентичности имеет теоретическое и практическое значение для достижения самоидентичности, личностного роста, самопознания и духовности.

В нашей стране профессия психолога длительное время была не востребована: на весь бывший Советский Союз выпуск психологов не превышал 100 человек в год. Многие аспекты подготовки психологов оказались методологически не проработанными. Несмотря на увеличение количества практикующих психологов, их личностная готовность к профессиональной деятельности остается на достаточно низком уровне. На наш взгляд, это связано с несформированностью позиции субъекта профессиональной деятельности в контексте профессиональной идентичности. В ходе профессиональной подготовки, помимо усвоения профессиональных знаний, умений и навыков, будущий психолог включается в рефлексию, связанную с выбором и поиском своего места в профессиональном мире. Как показывают наблюдения, профессиональный психологический мир представлен в основном женщинами. Среди студентов-психологов преобладающее большинство – девушки. За психологической помощью обращаются тоже в основном женщины. В то же время существует миф о том, что "женщина психолог – не психолог, а мужчина психолог – не мужчина". Однако, на наш взгляд, определяющую роль играют не половые, а гендерные стереотипы профессиональной деятельности. Представления будущих психологов об "идеальном" клиенте, "идеальном"

психотерапевте детерминированы их гендерными характеристиками и уровнем профессиональной идентичности. Проведенное нами исследование позволило выявить гендерную дифференциацию представлений будущих психологов о профессиональной деятельности, а также выявить связь между гендерными и профессиональными аспектами идентичности.

В исследовании приняли участие 42 студента выпускных курсов (4 и 5 курс). Были использованы следующие методики: методика "Кто Я?", анкета половых ролей С. Бем, методика Т.Лири в адаптации Л. Собчик.

Нами были выдвинуты следующие гипотезы:

осознание себя субъектом профессиональной деятельности снижает степень расхождения между "реальным Я" и "профессиональным Я";

гендерные характеристики нелинейно связаны с уровнем профессиональной идентичности.

Треть выборки составляли юноши, две трети – девушки. Использование анкеты половых ролей С.Бем позволило выявить количество испытуемых с различными гендерными характеристиками (см. таб. 1).

Таблица 1.

Количество испытуемых с различными гендерными характеристиками (в %)

Пол	Гендерные характеристики		
	маскулинные	феминные	андрогинные
Девушки	25	21,4	53,6
Юноши	50	35,7	14,3

Далее мы при помощи методики Т.Лири выявили представления испытуемых о своем реальном Я, профессиональном Я, идеальном психологе и идеальном клиенте.

Сравнивая образы идеального клиента у испытуемых с различными гендерными характеристиками, мы обнаружили, что и юноши, и девушки с различными гендерными типами предпочитают идеального клиента с преобладанием таких личностных характеристик как: дружелюбие, доброта, забота, ласка, мягкость, деликатность, бескорыщность. Образы идеального клиента у всех испытуемых обладают сходством и характеризуются преобладанием VII (сотрудничающего – конвенционального) и VIII (ответственно – великодушного) октантов по ДМО. Представления об идеальном клиенте характеризуются ожиданием исключительно доброжелательного и подчиняющегося поведения.

Образ идеального психолога у всех испытуемых с различными гендерными характеристиками обладает сходством и характеризуется преобладанием I (властно – лидирующего), VII (сотрудничающего – конвенционального) и VIII (ответственно – великодушного) октантов по ДМО. В целом представление об идеальном психологе отражает целостный синдром подхода к психологу как к инструменту, средству для решения своих проблем и характеризуется ожиданием исключительно альтруистического, доброжелательного поведения со стороны последнего.

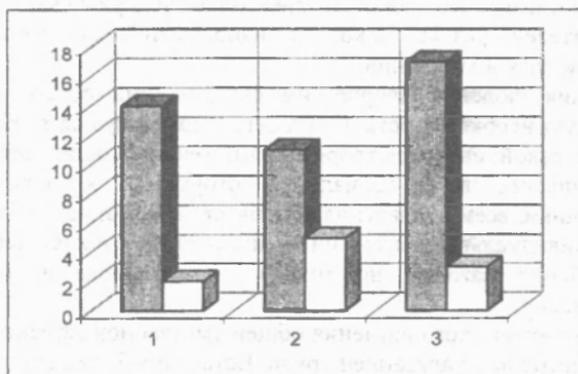
Выявлены значимые различия между реальным Я и профессиональным Я у

76,2 % испытуемых. Полученные данные свидетельствуют о том, что в профессиональной деятельности испытуемые предпочитают вести себя неаутентично, надевать своеобразную "профессиональную маску" и компенсировать свои отдельные негативные личностные качества за счет идентификации с образом профессионального психолога. В то же время сопоставление этих данных с результатами методики "Кто Я" показало, что, чем выше степень профессиональной идентификации (отсутствие идентификации с профессией; определение себя как студента-психолога, будущего психолога; определение себя как психолога), тем меньше расхождение между реальным Я и профессиональным Я.

Нашла подтверждение гипотеза, что связь между гендером и профессиональной идентичностью носит нелинейный характер. Наибольшее количество испытуемых, идентифицирующих себя с профессией психолога, выявлено в группе андрогинов (см. рис. 1).

Рисунок 1.

Связь гендерных характеристик с профессиональной идентичностью



Примечание:

1 – маскулинный тип

2 – андрогиный тип

3 – феминный тип



- общее количество испытуемых данного гендерного типа в выборке



- количество испытуемых с данным гендерным типом,

идентифицирующих себя с профессией психолога.

На наш взгляд, полученные результаты можно объяснить тем, что андрогины включает в себя как традиционно женские, так и традиционно мужские черты, что способствует большей гибкости, самопринятию, принятию других. Вероятно, андрогины обладают более гибкими стратегиями включения в различные социальные группы людей, в том числе и в профессиональную среду. Однако полученные данные нуждаются в более тщательной проверке на соответствующей выборке. Таким образом, миф о том, что "женщина-психолог

– не психолог" не нашел подтверждения, потому что среди старшекурсников и "мужчина психолог – не психолог", если иметь в виду не биологический, а социальный пол.

Данные, полученные в нашем исследовании, свидетельствуют о сложности изучения проблемы профессиональной идентичности, которая связана с другими идентичностями: гендерной, личностной, половой и т.д. Эта проблема актуальна как в плане профессиональной подготовки психологов-практиков, так и в контексте обретения идентичности в контексте жизненного пути личности.

ВЗАИМОСВЯЗЬ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И КРЕАТИВНОСТИ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Буцкевич И.,

студентка 4 курса

психологического факультета ЖИ «ЭНВИЛА»

Проблема взаимосвязи интеллекта и креативности привлекает к себе внимание исследователей разных школ и направлений на протяжении последних лет развития научных знаний.

Задача воспитания людей с творческим складом ума превратилась в назревшую социальную необходимость. Ситуацию, сложившуюся в обществе, можно назвать критической: снизился творческий потенциал, оставляет желать лучшего восприимчивость всей социальной структуры к новаторству, нестандартным решениям, всем проявлениям творческой активности личности.

Изучение индивидуальных различий в интеллекте в настоящее время представляется особенно важным не только с теоретической, но и с практической точки зрения.

Значение психологического изучения общей умственной эффективности возрастает в связи с интеллектуализацией труда. Встает проблема тщательного исследования врожденных и приобретенных факторов, определяющих качественные различия интеллектуальных способностей. Это, в свою очередь, требует рассмотрения сложившихся подходов к данной проблеме и анализа полученных результатов.

Задачи:

1. Проанализировать литературу и определить сущность понятий «социальный интеллект» и «креативность».

2. Определить уровень развития социального интеллекта и креативности.

3. Выявить степень корреляции социального интеллекта и креативности.

Методы: 1. Наблюдения; 2. Тестирования; 3. Беседа; 4. Методы статистической обработки.

В ходе исследования мы опирались на концепцию социального интеллекта Гилфорда и «Методику изучения социального интеллекта» и концепцию Торренса с методикой «Теория интеллектуального порога креативности».