

ность, критичность к окружающим и склонность обвинять их, боязнь плохого отношения со стороны окружающих.

Полученные результаты позволяют каждого учащегося общеобразовательной школы, перед которым стоит проблема профессионального самоопределения, по результатам психодиагностики по 8 опросникам соотнести с психотипами не только 32-х специальностей Курганского государственного университета, но и дополнительно (после преобразования параметров прогностической компьютерной программы) еще и с двумя специальностями педагогического колледжа.

Литература

1. Басимов М.М. Типология личности и профессиональной среды Дж. Холланда. - Курган, 1998. – 90 с.
2. Басимов М.М. Типология университетских (педагогических) специальностей (методы построения, основные результаты). - Москва - Курган, 1999. – 496 с.
3. Басимов М.М. Методы множественного психологического прогнозирования: В 2 ч. - Курган, 1999. – 108 с.
4. Изучение психологической типологии школьников по фактору успеваемости (на примере школы-гимназии №57. – Курган, 2004. – 432 с.
5. Изучение психологической типологии дошкольников по фактору усвоения образовательных программ ЦРР. – Курган, 2004. – 176 с. (в печати).
6. Климов Е.А. Психология профессионального самоопределения - Р-н-Д., 1996.
7. Ломов Б.Ф. Вопросы общей, педагогической и инженерной психологии. - М., 1991.

Бозаджиев В.Л.

ИМИДЖЕВАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ПСИХОЛОГА- КОНСУЛЬТАНТА

В структуре профессиональной компетентности психолога имиджевая компетенция занимает особое место. В связи с этим предлагаемый нами анализ требует обращения к таким категориям как «социально-профессиональная компетенция», «психолог-консультант», «имидж», «имиджевая компетенция», имидж как ценность в системе ценностей психолога-консультанта.

Вместо категорий «социальные компетенции» и «профессиональные компетенции», наиболее часто употребляемых в литературе, мы предпочитаем термин «социально-профессиональные компетенции». Анализ подходов к понятиям «социальная компетенция» (Александрова И.О., Вундерер Р., Гончаров С.З., Зимняя И.А., Максимова Н.Е., Петровская Л.А., Тихомирова И.В. и др.) и «профессиональная компетенция» (Горб В.Г., Демин В.Д., Зеер Э.Ф., Плужник И.Л., О.Н. Шахматова и др.) отчетливо показывает, насколько тесно эти понятия взаимосвязаны по своему содержанию, насколько они взаимообуславливают друг друга. И это настолько естественно, насколько естественно, что любая профессиональная деятельность осуществляется людьми в их взаимодействии друг с другом, в конкретных социальных условиях.

Мы полагаем, что все компетенции в широком смысле слова по своему содержанию социальны, поскольку они формируются и проявляются в социуме. Следова-

тельно, для нашего рассмотрения не имеет особого смысла дифференцировать понятия «социальная компетенция» и «профессиональная компетенция». Скорее мы должны говорить о компетенции социально-профессиональной. Данный термин, на наш взгляд, наиболее адекватно отражает специфику компетенций того или иного профессионала, в том числе психолога. Социальное и профессиональное выступают как два атрибута, две стороны одного явления, которым являются компетенции личности профессионала.

Социально-профессиональные компетенции мы определяем как интегральные качества личности, проявляющиеся в общей способности и готовности ее к самостоятельной и успешной профессиональной деятельности в условиях реальной социально-профессиональной ситуации, основанные на профессиональных знаниях, умениях и навыках, опыте, ценностях и склонностях, приобретенных в процессе обучения.

К числу социально-профессиональных компетенций психолога следует отнести компетенции: профессионально-коммуникативную; социально-перцептивную; креативности; социально-профессиональной ответственности; организационную; социально-профессиональной адаптивности; исследовательскую; профессиональной рефлексии; психолого-консультативную; психокоррекционную; экспертную; педагогическую.

Для нашего анализа особый интерес представляет психолого-консультативная компетенция. Мы рассматриваем ее как интегральное качество личности психолога, проявляющееся в его способности и готовности самостоятельно и успешно осуществлять психологическое консультирование в разных формах его организации (индивидуальное, групповое, заочное и др.) и в разных сферах деятельности (интимно-личностное, семейное, профессиональное, организационное и др.) в условиях реальной ситуации психологического консультирования, качество, основанное на профессиональных знаниях, умениях и навыках, опыте, ценностях и склонностях, приобретенных в процессе обучения.

Психолого-консультативную компетенцию мы рассматриваем как важный фактор формирования имиджа психолога-консультанта. В этой компетенции в концентрированном виде отражены существенные для формирования образа профессионального консультанта особенности (знания, умения, навыки, способности, опыт, ценности и др.), которые могут выступать основой создания имиджа представителя данной области практической психологии.

Психолого-консультативная компетенция может включать в себя субкомпетенции, классифицируемые нами по двум основаниям: по формам организации и по сферам психологического консультирования.

По формам организации психологического консультирования следует обозначить субкомпетенции:

- индивидуального консультирования;
- консультационной беседы;
- консультационного интервью;
- группового консультирования;
- консультирования по телефону;
- консультирования через Интернет;
- заочного консультирования (по переписке).

По сферам психологического консультирования следует обозначить субкомпетенции:

- интимно-личностного консультирования;
- семейного консультирования;

- психолого-педагогического консультирования;
- профессионального консультирования;
- организационного консультирования;
- экспертного консультирования;
- посреднического консультирования.

Наряду с вышеперечисленными, к формирующим имидж психолога-консультанта, следует отнести субкомпетенции:

- безусловного принятия клиента, концентрации на его жизненной ситуации, ориентации на его нормы и ценности;
- различения личных и профессиональных отношений;
- взаимодействия консультанта и клиента;
- конфиденциальности, соблюдения этических норм;
- эмпатического понимания и др.

Формирование психолого-консультативной компетенции – одна из наиболее трудноразрешимых задач в подготовке профессионального психолога. Если говорить точнее – это задача практически не реализуемая в условиях профессиональной подготовки будущих психологов в вузе.

Поскольку социально-профессиональная компетенция может проявиться только в условиях реальной социально-профессиональной ситуации, создать такую ситуацию в условиях организации учебного процесса в вузе практически нереально. Сколько бы самых прекрасных лекций по психологическому консультированию не читалось, какие бы не проводились самые интересные и захватывающие дух семинарские или практические занятия, сформировать психолого-консультативную компетенцию в вузе невозможно. Чего не хватает? Нужен реальный клиент, реальный человек, реально нуждающийся в психологической помощи. Частично решить проблему могла бы учебная практика студентов, предусмотренная учебным планом подготовки психологов. Однако и в этом случае приобретение навыков, способствующих готовности и способности будущего психолога самостоятельно проводить консультирование, также весьма проблематично. Во-первых, потому, что маловероятно обращение потенциального клиента не к опытному специалисту, а к студенту-практиканту. Во-вторых, присутствие практиканта на индивидуальной консультации, которую проводит специалист-психолог, может рассматриваться как редкая удача. Что же тогда остается? Пожалуй, только одно – приобретение психолого-консультативной компетенции в процессе самостоятельной профессиональной деятельности, уже после окончания обучения в вузе. Р. Мэй отмечает, что при современном уровне преподавания профессиональная подготовка психологов в вузе не всегда является залогом успехов в психологическом консультировании, а иногда даже, напротив, она мешает будущему консультанту. Поэтому Р. Мэй предлагает воспользоваться советом З.Фрейда – «учиться на практике» [3, с. 102-103].

Общий стандарт профессиональной подготовки психолога-консультанта требует тройкой компетенции: знаний (теоретических и о самом себе), навыков и опыта психологического консультирования. Если говорить конкретнее, компетентный психолог-консультант должен:

- пройти курс применения теории и методов консультирования;
- иметь личный опыт участия в консультировании в качестве клиента;
- иметь опыт наблюдения (непосредственно или в видеозаписи) за работой опытного консультанта;

- иметь опыт самостоятельного психологического консультирования под профессиональной супервизией.

Одним из профессионально-значимых качеств личности психолога-консультанта выступает личная ответственность за собственный имидж. Проявление данного качества зависит от имиджевой компетенции психолога.

С одной стороны, имидж – результат жизнедеятельности человека, а с другой – средство управления его жизненной перспективой. С первой частью утверждения мало кто будет спорить по причине его очевидности. Что же касается второго, то далеко не все рассматривают имидж в качестве важного средства программирования своего жизненного пути и по этой причине не используют его для достижения успеха в жизни [1, с. 352].

Чаще всего уделяют внимание целенаправленному развитию своего имиджа известные личности: публичные политики, деятели науки и искусства, журналисты, крупные бизнесмены. Что же касается психологов, то мало кто из практикующих специалистов этой профессии целенаправленно занимается своим имиджем. Во-первых, потому, что не все психологи считают это важным для своей профессиональной деятельности, во-вторых, потому, что не обучены и не знают, как это делать.

Имиджевая компетенция в нашем случае - интегральное качество личности психолога, проявляющееся в его способности и готовности самостоятельно и успешно формировать свой имидж психолога-консультанта.

Психолог может прибегать к двум способам создания или преобразования своего имиджа, предназначенного для людей, могущих стать его клиентами, – либо обратиться к услугам имиджмейкера, либо решить эту проблему собственными усилиями.

Обращение к услугам имиджмейкера – специалиста целенаправленно занимающегося формированием имиджа заказчика – имеет некоторые преимущества. Очевидно, что имиджмейкер – человек знающий, компетентный, опытный специалист, который знает какой имидж необходимо создать, для кого, и знает, как это сделать. Но здесь возникает ряд вопросов: кого можно назвать имиджмейкером, откуда они берутся, кто и где их готовит? Учебных заведений, которые готовят имиджмейкеров на государственном уровне, у нас в стране нет. Всевозможные курсы, семинары и т.п., заявляющие о себе как учебные заведения по подготовке имиджмейкеров, или «имидж-технологов», на самом деле сосредоточены на обучении визажистов, парикмахеров, стилистов, которые могут сыграть какую-то роль в разработке имиджа, однако только лишь на уровне внешнего облика заказчика. Это конечно необходимо, но недостаточно для полноценного формирования имиджа того или иного человека. Сегодня в качестве имиджмейкеров выступают, как правило, специалисты, работающие в сфере рекламы, PR, менеджмента, но главным образом таковыми выступают высококвалифицированные психологи.

Специалисты, работающие в сферах социальной, политической, экономической психологии, психологии менеджмента, рекламы, безусловно, и прежде всего претендуют на звание квалифицированного имиджмейкера. Зная механизмы формирования социальной перцепции, свои собственные индивидуальные и профессиональные особенности, требования клиентов, психолог при соответствующей мотивации может вполне успешно справиться с задачей формирования или преобразования собственного имиджа.

Одним из факторов, существенно влияющих на формирование такого имиджа, как раз и является социально-профессиональная компетентность психолога.

Ситуация сегодня такова, что в процессе профессиональной подготовки психологов, в частности подготовки их к психолого-консультативной работе, требуется обратить более пристальное внимание на формирование социально-профессиональных компетенций, которые выступают основным фактором формирования имиджа, предназначенного для возможных клиентов консультанта.

Имиджевая компетенция предполагает наличие способности и готовности психолога-консультанта самостоятельно и успешно решать следующие задачи.

Во-первых, овладение мастерством Звучащего Слова. Конечно, в процессе консультирования, психологу не приходится выступать перед той или иной аудиторией, демонстрируя свое ораторское искусство. Однако в процессе общения с клиентом от психолога-консультанта на практике требуется:

- говорить языком не столько профессиональным, сколько понятным и доступным для клиента;
- соблюдать необходимый темп речи, грамотно пользуясь приемами паузации;
- использовать возможности речевой техники и голосообразования;
- применять логическую и эмоционально-экспрессивную интонацию;
- владеть дикцией, обеспечивающей четкое и ясное произношение каждого слова и фразы в целом.

Во-вторых, овладение мастерством невербального общения с клиентом, что предполагает необходимость:

- управления своими жестами и телодвижениями;
- владения мимикой и пантомимикой;
- управления своей кинетикой – движений и расположения тела и частей тела в консультативном пространстве.

В-третьих, устанавливать и поддерживать контакт с клиентом во время консультации.

В-четвертых, формирование консультативного пространства.

В-пятых, уметь применять на практике законы создания и совершенствования своего внешне привлекательного облика, что предполагает необходимость знания основ дизайна одежды, косметологии, визажа, парикмахерского дела – всего того, без чего нельзя смоделировать свой эффективный профессиональный имидж. Конечно, есть профессиональные косметологи, модельеры, стилисты и т.д., но задача психолога, нацеленного на создание или преобразование собственного имиджа, состоит в том, чтобы свести усилия этих профессионалов в единую личностную конструкцию.

В-шестых, развитие личностных характеристик в процессе имиджирования – важного условия позитивного личностного роста, профессиональной успешности, возможности самореализации.

В-седьмых, выстраивать самому технологию самопрезентации.

И это не весь перечень требований, предъявляемых к имиджевой компетенции психолога-консультанта. Подчеркнем, что в данном случае речь идет о компетентности психолога в формировании своего собственного имиджа, а не имиджа кого-то другого.

Для психолога, заинтересованного в создании, поддержании, а при необходимости и преобразовании своего имиджа, последний выступает как важнейший конструкт в системе ценностей психолога-консультанта.

Рассматривая систему ценностей консультанта, Р. Кочюнас подчеркивает, что каждый человек имеет собственную систему ценностей, которая определяет его реше-

ния и то, как он воспринимает окружающий мир и других людей. Речь идет о важнейших жизненных критериях. Система ценностей консультанта определяет исходные предпосылки консультирования [2].

Добавим к этому, что система ценностей субъекта той или иной деятельности определяет и то, как будут относиться к нему другие люди, как они воспринимают того или иного носителя ценностей. Создавая или совершенствуя свой имидж, психолог-консультант, тем самым стремится к тому, чтобы другие (возможные его клиенты) определенным образом к нему относились и воспринимали его как компетентного специалиста, как человека во всех отношениях привлекательного и заслуживающего доверия.

Ценностное отношение психолога к своему имиджу предполагает ценностное отношение:

- к своей профессиональной компетентности;
- к своим деятельностным характеристикам;
- к своим коммуникативным особенностям;
- к своим внешнеповеденческим характеристикам.

Только при таком, ценностном, отношении к своему имиджу у психолога будут клиенты. Только в этом случае в условиях конкурентных отношений психолог-консультант приобретет достойное «имя», надежную репутацию и солидный авторитет. И поможет ему в этом его имидж.

Что означает понятие «ценность»? Это – значимость объектов окружающего мира для человека, ...общества..., определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерий и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях [4, с.1462]. Тогда имидж как ценность для психолога-консультанта представляет собой значимость, определяемую вовлеченностью консультанта в сферу своей профессиональной деятельности; критерий и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и целях психологического консультирования.

Для психологов-консультантов, как для профессионалов, работающих в системе «человек - человек», особую значимость имеет обретение развивающего имиджа. Речь идет об имидже как средстве решения не только профессиональных, но и личных проблем.

Индивидуальное имиджирование позволяет психологу овладеть системой коммуникативных навыков, наиболее соответствующих профессиональному имиджу и общепринятым профессионально-этическим стандартам.

Ценность имиджа для любого специалиста, в том числе и для психолога-консультанта состоит и в том, что он в значительной мере обеспечивает путь к успеху в профессиональной деятельности. Благодаря профессионально сформированному положительному имиджу, психолог-консультант предстает как человек, заслуживающий доверия, и привлекающий таким образом людей – клиентов – нуждающихся в психологической помощи.

Целесообразно созданный имидж помогает психологу добиваться успеха и в общественной деятельности.

Правильно выстроенный имидж может помочь с меньшими морально-психологическими издержками адаптироваться в новом трудовом коллективе, приобре-

сти или укрепить уверенность в себе, в своей привлекательности, и, соответственно, повысить самооценку.

Благодаря имиджу можно затенить недостатки своего лица и фигуры, сделать более выразительными свои человеческие и профессиональные достоинства.

Таким образом, ценностное отношение к своей профессии, стремление к формированию собственной имиджевой компетенции выступают важнейшими факторами формирования социально-профессиональной компетентности психолога-консультанта.

Литература

1. Имиджология. Как нравиться людям (сост., научный редактор В.М. Шепель). - М., 2002.
2. Кочюнас Р. Психологическое консультирование и групповая психотерапия. - М., 2008.
3. Мэй Р. Искусство психологического консультирования. - М., 1994.
4. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. - М., 1983.
5. Bozadzhiev V.L. Professional competences and image of professional "psychologist" // European journal of natural history. - 2008. - №3.

Деятовская И.В.

ТЕХНОЛОГИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ ВЫУЧЕННОЙ БЕСПОМОЩНОСТИ ЛИЧНОСТИ

В современных социально-экономических условиях успешность человека в профессиональной деятельности определяется степенью собственной активности личности. Активность личности направляется мотивацией к достижению. При низком уровне мотивации достижения у человека снижается активность, возникают сложности в постановке целей и их достижении.

Снижение профессиональной активности, пассивность, сопротивление инновациям являются проявлениями выученной беспомощности личности.

Выученная беспомощность, по мнению Н.А.Батурина, – это привычка жить, не оказывая сопротивления, не принимая ответственности на себя. Опыт специалиста, состоящий из того, что его действия никак не влияют на ход событий и не приводят к желаемому результату, усиливает ожидание неподконтрольности субъекту результатов его действий, вследствие чего возникает тройственный – мотивационный, когнитивный и эмоциональный – дефицит. Такая установка способствует формированию у человека негативного отношения к себе и к миру, потере контроля над происходящим и снижению продуктивности деятельности и, как следствие, к крушению надежд профессиональных достижений.

Схема развития выученной беспомощности выглядит следующим образом: плохие события воспринимаются как неконтролируемые → стиль объяснения причин: устойчивость, локализация и глобальность → ожидание, что никакие действия не могут контролироваться и изменить результаты в будущем → выученная беспомощность: мотивационный, когнитивный и эмоциональный дефициты.

Симптомами выученной беспомощности являются пассивность, грусть, тревога, враждебность, когнитивные дефициты, пониженный аппетит, снижение иммунитета, снижение самооценки, изменения нейрохимических процессов. Все это негативно от-