тельно отобранные моменты жизни, фотография дает возможность обнаружить новый смысл произошедших событий, по-иному взглянуть на реальность. Когда же такая фотография включается в контекст коллажа, появляется возможность увидеть множество ее различных содержаний, сформировать новые ассоциации с ней, что стимулирует развертывание творческого процесса. Кроме того, уже само создание фотографии для ее дальнейшего включения в коллаж, является утверждением творческого взгляда человека на себя, проявление его творческого потенциала;

- Использование фотографии в коллаже дает возможность переконструировать существующие ассоциации с данными фотографиями, дополнить их, придать им новые значения, что дает возможность освободиться от стереотипного восприятия образов прошлого и способствует развитию креативного восприятия реальности;
- Фотографирование, подбор готовых фотографий и создание коллажа с их включением сами по себе являются творчеством, в продуктах которого неотъемлемо проявляется бессознательное, таким образом, данная методика при дальнейшей ее разработке может стать проективным психодиагностическим инструментом.

Павлишина Т.Ю.
г. Екатеринбург, Российский государственный
профессионально-педагогический университет

Особенности восприятия имиджа практического психолога

В середине восьмидесятых годов в нашем обществе появились люди, которые начали называть себя практическими психологами. С появлением этой профессии возникли определенные проблемы. Одной из таких проблем можно назвать построение имиджа практического психолога и в соответствии с ним дальнейшая эффективная профессионализация специалистов данной сферы. Имидж профессионального психолога – не самоцель, а мощное оружие воздействия на людей ради совместного достижения решающих проблем.

Как правило, под имиджем понимается сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо.

Изучение психолого-педагогической литературы по проблеме имиджа показало, что положительный профессиональный имидж основан на некоторых образующих его факторах, к которым относятся:

- средовой (по созданной человеком искусственной среде его обитания - по его жилищу, кабинету, автомобилю и т.д.);
- габитарный (по его собственной внешности – по костюму, макияжу, прическе и т.д.);
- овеществленный (по его овеществлённой продукции – предметам, вещам, которые он сделал, создал);
- кинетический (по его кинетической продукции);
- вербальный (по его вербальной продукции – что говорит, как говорит, что и как пишет).

Эти факторы могут иметь различные уровни сформированности и представленности в сознании будущих специалистов

Нами было разработано и проведено пилотажное исследование.

Цель исследования: определить имидж практического психолога в соответствии с экспектацией студентов факультета психологии.

Перед нами ставились следующие задачи:

1. Выяснить, кому, по мнению субъектов познания проще выступать в роли практического психолога (т.е. есть ли гендерные предпочтения).

2. Определить, какой стиль в одежде адекватен и желателен для профессиональной деятельности практического психолога

3. Выявить наиболее важные личностные качества, необходимые практическому психологу.

4. Определить факторы, влияющие на имидж психолога и особенности его формирования имиджа практического психолога.

Предыдущие исследования, проведенные студентами факультета психологии и отраженные в дипломных работах (Солдатовой О.В., Махт О.А., Виноградовой А.С.) были направлены на изучение представлений об имидже практического психолога у респондентов, работающих по непсихологическим специальностям..

В нашем исследовании приняли участие студенты, обучающиеся по специальности психология (3-4 курс). Общее число 100 человек, 96 девушек и 4 юноши. Возраст испытуемых от 19 до 22 лет, наибольшее число опрошенных от 19 до 21 года.

Метод, инструкция и процедура эксперимента:

Для достижения цели исследования нами был разработан опросник. Опросник был составлен путем перевода основных гипотез исследования на язык вопросов. Разработка опросника состояла из нескольких этапов: первый этап – определение содержания опросника (основное содержание нашего опросника составляют профессиональные и личностные характеристики имиджа практического психолога); второй этап – выбор нужного типа вопросов (опросник содержит 2 общедемографических, – 2 полуоткрытых, 4 открытых и 2 закрытых) вопроса; заключительный этап – определение количества и порядки задаваемых вопросов (всего 8 вопросов). Опросник также содержит письменную инструкцию.

Перед заполнением опросника испытуемым дополнительно давалась устная инструкция. Затем было предложено ответить на вопросы опросника и в специально отведенном месте отметить выбранный ответ или в дополнительно отведенном месте написать свой собственный ответ.

Исследование проводилось в групповой форме. Все испытуемые при заполнении опросника находились в одинаковых условиях. Примерное время заполнения опросника 10-15 минут. Вопросы и комментарии испытуемых касались лишь практического применения результатов исследования.

В результате мы получили 100 заполненных анкет, требующих дальнейшей обработки. Эта задача решалась методом контент-анализа.

Обработка опросника проводилась по следующей схеме. Сначала каждому высказыванию был присвоен кодовый номер, затем подсчитывалась частота каждого высказывания по всем вопросам и эти данные были переведены в % показатели, на основе которых осуществлялся анализ результатов.

Результаты исследования:

Более половины респондентов (60%) считают, что в качестве практического психолога в равном отношении могут быть как мужчины, так и

женщины; 24 % считают, что проще выступать женщине, может быть на характер ответов повлияли гендерные особенности отвечающих: большинство из них женщины; и только 16% опрошенных отдают предпочтение мужчине-психологу. 41% респондентов наиболее приемлемым для психолога стилем одежды считают классический стиль, при этом отмечают, что выбор стиля зависит от ситуации, аудитории, на которую он работает. По мнению участников исследования, психолог «не должен выделяться, быть на уровне с теми людьми, с которыми работает». Практический психолог ассоциируется, прежде всего, с человеком, трезво оценивающим действительность, склонным соблюдать общественные и моральные нормы - так считают 67% респондентов. Около половины представляют психолога как человека уверенного в себе, склонного руководствоваться собственными правилами поведения, выступать авторитетом, способным воздействовать на окружающих. Основными для психолога личностными качествами считают коммуникабельность (30%), эмпатию (20%), толерантность (19%), самоконтроль (18%), аттракцию (13%), рефлексивность (18%), саморегуляцию (25%), самодостаточность (35%).

Собственное представление респондентов о имидже практического психолога связано с проявлением уверенности в себе (25%), адекватном ситуации внешнем виде (20%), выраженной коммуникабельности (16%), самодостаточностью (10%), компетентностью (23%), эмпатией (8%) толерантностью (5%).

Респондентам предлагалось проранжировать особенности, которые в первую очередь должны учитываться при самоформировании имиджа практического психолога: на 1 месте – темперамент (34%), на 2 месте – возраст (30%), на 3 месте – настроение (16%), на 4 месте – аудитория (17%), на 5 месте – современная мода (26%), на 6 месте – время года (40%). Результаты обработки открытого вопроса «Определите факторы, влияющие на имидж практического психолога» подтвердили, что ведущими факторами, влияющими на создание имиджа практического психолога являются: индивидуально-личностные особенности (25%), образование (19%), опрятный внешний вид (18%), особенности аудитории (15%), возраст (14%), опыт (13%).

Выводы по исследованию:

В целом же можно сказать, что исследование на этом этапе достигло своей цели и поставленные перед нами задачи были решены. Мы определили, с каким человеком ассоциируют практического психолога участники исследования; выявили, какой стиль одежды предпочтительнее для психолога; выявили наиболее важные личностные качества, а также, какие особенности должны учитываться при формировании имиджа психолога и факторы, влияющие на имидж.

Пилотажное исследование позволило нам определиться в дальнейшем решении проблемы формирования имиджа практического психолога. Основываясь на полученных результатах было решено разработать семинар – тренинг по формированию имиджа практического психолога в процессе профессиональной подготовки.

Половникова И.С, Шарафиева М.Г, Церковникова Н.Г.
г. Екатеринбург, Российский государственный
профессионально-педагогический университет

Ресоциализация подростков, вернувшихся из закрытых специальных учреждений

Социализация индивида, усвоение им социального опыта проходит по мере все более активного включения в многоплановые и разносторонние общественные отношения, по мере расширения его многообразных связей с окружающим миром. Показателем социальной зрелости личности служит ее готовность быть активным, сознательным, полноценным членом общества, выполняющим многочисленные профессиональные, общественные, внутрисемейные, товарищеские и другие функции и обязанности. Социально зрелая личность способна не только успешно адаптироваться к своей среде, но и активно влиять на нее, перестраивая свое окружение в соответствии со своими убеждениями, принципами и ценностными ориентациями.

Однако, человек является неизолированной частью окружающего мира, а его активной единиц ей и вследствие ряда неблагоприятных факто-