

УДК: 159.9.7

DOI: 10.25629/НС.2023.05.15

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ПСИХОЛОГА

Володарская Е.А.¹, Филипенко О.Ю.²

¹Институт истории естествознания и техники им. С.И. Вавилова РАН

²Московский институт психоанализа

АННОТАЦИЯ

Проблема изучения профессионального имиджа психолога-консультанта, его особенностей и психологических характеристик все более актуализируется в связи с расширением и углублением проблем населения, связанных с необходимостью обращения за получением психологической помощи, но при этом низким уровнем психологической культуры и отсутствием единого представления о психологе. При наличии попыток научного осмысления проблемы имиджа в психологии и имиджелогии в настоящее время существует ряд недостаточно изученных вопросов, в частности, выявление психологических характеристик имиджа психолога, что определило проблемное поле данного исследования. Понимание психологических характеристик имиджа практикующего психолога позволит в значительной степени оптимизировать процесс психологического консультирования путем установления отношений с клиентом, основанных на доверии. Выборку составили 62 человека – не психолога: 50 женщин и 12 мужчин, а также 60 психологов: 47 женщин и 13 мужчин. Применялись следующие методики: тест «Имидж психолога» (Подопригора М.Г.), вариант для не-психологов; тест «Ваш имидж» (Подопригора М.Г.), вариант для психологов; самоактуализационный тест САТ (Э. Шостром; адаптация: Л.Я. Гозман, М.В. Кроз); диагностика уровня эмпатических способностей (В.В. Бойко); пятифакторный опросник личности, 5PFQ (Х. Тсуйи; адаптация: А.Б. Хромов); шкала внимательности и осознанности, МААS (К. Браун, Р. Райян; адаптация: А.М. Голубев); шкала толерантности к неопределенности, IAS (С. Баднер, адаптация: Т.В. Корнилова, М.А. Чумакова).

Выявлено, что для внешней аудитории имиджа в целом не важен уровень развития визуальной составляющей имиджа психологов, но по мнению «не психологов» степень выраженности психологических характеристик у психологов должна быть на высоком уровне. Осуществленный анализ между общим уровнем имиджа по мнению «не психологов» («идеальный образ» психолога) и степенью выраженности различных психологических характеристик у психолога-профессионала выявил статистически значимые взаимосвязи. Оценка собственного имиджа психологами показала, что степень выраженности у достаточно большого количества психологических характеристик, выступающих основой позитивного имиджа у внешней аудитории «не психологов», у психологов находится ниже уровня идеального образа. Диагностический анализ личностно-психологических характеристик психологов показал, что у респондентов они развиты в незначительной степени и имеют среднестатистические значения. У большинства психологов отмечен пониженный уровень эмпатии, невысокий уровень осознанности и тип псевдосамоактуализация.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

профессиональный имидж, имидж психолога, личностные качества, самоактуализация, эмпатия, толерантность к неопределенности, осознанность.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день психологическое консультирование, осуществляемое в онлайн и офлайн форматах, является ведущим направлением практической психологии, связанным с оказанием психологической помощи людям и находящим свое применение в различных сферах жизни человека, групп людей и коллективов. В связи с этим, проблема реализации эффективной психологической помощи и подготовки специалистов, ее оказывающих, приобретают особую значимость. Важно отметить, что в общественном сознании образ психолога-консультанта оказывается достаточно размытым и во многом субъективным, что довольно негативно отражается на формировании представлений о нем у потенциальных клиентов. При этом важность формирования такого образа становится все более актуальной в связи с ростом запросов практики и социальной необходимости.

Таким образом, правильно сформированный имидж психолога-консультанта способствует улучшению качества реализации его профессиональной деятельности, увеличению степени доверия к нему со стороны общества, быстрому и эффективному привлечению клиентов (как в рамках непосредственного очного взаимодействия, так и в рамках онлайн-консультаций) и установлению продуктивного контакта с ними. В связи с этим изучение профессионального имиджа психолога-консультанта, особенностей его формирования и совершенствования требует выявления и анализа различных психологических характеристик данного феномена. В то же время изучение имиджа психолога-консультанта, работающего в онлайн и офлайн форматах, и его психологических характеристик представляет собой довольно молодое направление исследования как в рамках имиджологии, так и в рамках специальной образовательной подготовки и последующего формирования профессиональной компетентности специалиста, в том числе и имиджевой.

КРАТКИЙ АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Феномен имиджа активно разрабатывается в работах А.Ю. Панасюка, Е.А. Петровой, В.М. Шепеля, Е.Б. Перельгиной, Т.Р. Гаришиной, Е.М. Забазновой, Е.В. Змановской, Н.П. Плехановой, С.В. Яндаровой, А.Ш. Санатуловой. Особенности формирования и проявления профессионального имиджа психолога рассматриваются в трудах В.Л. Бозаджиева, О.О. Елисеевой, В.М. Кузиной, Л.Ю. Донской, А.В. Лавреновой, В.П. Ососкова, Е.Ю. Макаровой, А.Ф. Королевой, О.И. Пантюшиной, М.А. Смагиной, Е.А. Терентьевой, Е.А. Щербаковой, Н.В. Щербатовой, М.Ю. Стефанкова, О.А. Белобрыкиной и др. Однако в большинстве своём данные работы посвящены имиджу больше, как восприятию внешних и поведенческих характеристик человека. Особенности психологических характеристик имиджа рассматриваются отчасти в аспекте поведения и навыков человека, но их комплексное исследование в формировании имиджа, и, в частности, имиджа психолога, на данный момент отсутствует.

В современной науке отмечена тенденция отсутствия единого подхода к определению имиджа, а имеющиеся на сегодняшний день определения отражают различные теоретические и методологические подходы к его исследованию. Так, Е.А. Петрова определяет имидж как феномен индивидуального, группового или коллективного сознания, функционирующий в качестве образа-представления, в котором в сложной взаимосвязи соединены внешние и внутренние характеристики объекта, его социальные роли и функции, взаимодействие в семантическом поле культуры с различными категориями, составляющими сознание (Петрова, 2000). В.М. Шепель трактует имидж как индивидуальный облик или ореол, формируемый средствами массовой информации, социальной группой или отдельной личностью для привлечения внимания к себе (Шепель, 2002). Имидж – это визуальная привлекательность человека, а также стереотип, который существует в массовом сознании. Ученый предполагает, что данный образ может формироваться как спонтанно, так и в результате работы специалистов. Кроме того, он отражает социальные ожидания определенной группы. А.Ш. Санатулова считает имидж неким синтетическим образом, который формируется в общественном сознании в отношении конкретного лица или организации и, вместе с тем, содержит в себе значительный объем эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия, а также побуждает к

реализации определенного социального поведения (Санатулова, 2001). Е.В. Змановская называет имидж эмоционально окрашенным публичным образом кого-либо/чего-либо, который приобретает форму устойчивого стереотипа (Змановская, 2005). Е.Б. Перельгина утверждает, что имидж есть символическое представление о субъекте имиджа у составляющей его аудитории социальной группы, формируемое целенаправленными усилиями для повышения успешности действий субъекта-прообраза-имиджа (человека или организации) или же достижения им субъективного психологического эффекта (Перельгина, 2002). Т.Р. Гаришина под имиджем предлагает понимать следующее: целенаправленно или стихийно складывающийся устойчивый, индивидуальный и эмоционально окрашенный образ отдельного человека в восприятии общественности (Гаришина 2010).

Анализируя литературу по проблеме исследования имиджа, можно выделить несколько подходов к его определению. Семиотический подход, трактующий имидж как некий символический образ, оформленный с помощью вербальных или невербальных знаков. В этом случае имидж выступает целой знаковой структурой и представляет собой организованную знаковую систему. Интеракционистский подход называет имиджем такой образ «Я» индивида, который формируется для других людей в процессе субъект-субъектного взаимодействия. Когнитивно-ориентированный подход, в котором имидж рассматривается как когнитивная структура, обнаруживающая структуру и функции аттитюда (социальной установки), занимая определенное место в общей системе социальных установок личности. Имидж обладает тесной связью с другими когнитивными структурами человека, например, с такими как «Я-концепция», «идеальное Я», «зеркальное Я», а также с «образом мира» в целом. Социально-психологический подход, рассматривающий имидж, как социально-психологический феномен и продукт социального познания индивидов.

Работа психолога предполагает постоянное взаимодействие с разными людьми и группами людей, у которых формируется определенное представление и отношение как к конкретному психологу, там и к психологам, как представителям данной профессии, в целом. Отмечается, что на сегодняшний день в российском обществе нет единого и достаточно четкого представления о профессии психолога и о том, каким должен быть представитель данной профессии (Щербаква, 2017). Л.Ю. Донская, исследуя проблему имиджа психолога, отмечает, что представитель данной профессии должен обладать какими-то специфическими признаками (отличительными чертами) (Донская, 2014). Имидж психолога-консультанта способствует решению проблемы поиска клиентуры, поскольку в случае правильно сформированного имиджа со стороны потенциальных клиентов к психологу устанавливается значительное доверие. Образ психолога базируется на особенностях предоставления психологической помощи, как вида деятельности «человек-человек», основой которого является доверие как к специалисту и как к личности. Основу для обеспечения такого доверия создают этические принципы. «Этика, наряду с получением теоретических знаний по психологии человека и приобретением навыков диагностической, исследовательской, профориентационной и консультационной работы, признается обязательным и весомым элементом профессионального, личностного и духовного роста психолога» (Березовская, 2015, с.12).

Среди компонентов доверия клиентов к психологу-консультанту (независимо от формата оказания психологической помощи), обусловленных влиянием его профессионального имиджа, описываются когнитивный компонент, связанный с наличием определенных представлений, установок и ожиданий со стороны клиента относительно внешнего вида и поведения психолога; эмоциональный компонент, отражающий эмоциональные оценки клиентом процесса психологического консультирования и работы психолога; поведенческий компонент, проявляющий себя в готовности клиента к совершению определенных действий в отношении психолога и сложившихся условий взаимодействия с ним (Елисеева, 2011). Авторы акцентируют внимание на следующей тенденции: в большинстве случаев клиент выбирает психолога-консультанта интуитивно, часто ориентируясь только лишь на его формальные характеристики, воспринимая его как специалиста или испытывая доверие и притяжение к нему как к личности (Макарова, 2009).

Возрастание частоты случаев работы психолога-консультанта с клиентами в формате онлайн все больше вызывает необходимость изучения и анализа особенностей профессиональной самопрезентации, формирования и роли имиджа профессионала в рамках цифрового пространства. Если в случае офлайн работы, психолог и клиент могут непосредственно и целостно воспринимать друг друга, то в ситуации интернет-консультирования менее доступными для взаимного восприятия становятся жесты и движения, одежда, многие эмоциональные и поведенческие проявления друг друга (Смагина, 2017). Профессиональная деятельность психолога-консультанта связана с непосредственным межличностным взаимодействием, а это значит, что личность специалиста и ее имиджевая компетенция во многих случаях имеют не меньшее значение для клиентов, чем профессиональные умения и навыки, опыт, а также качество предоставляемых услуг (Белобрыкина, 2021).

Исследователи выделяют личностные особенности, характерные для психолога. В частности, выраженная готовность к контактам; общая интеллектуальность; умение поддерживать контакты, т.е. стрессоустойчивость в процессе общения; умение контролировать свое поведение, т.е. сохранять эмоциональное самообладание в процессе общения; аттракция; эмоциональная заразительность; эмпатия; опора на себя в принятии решений. Перечень профессионально важных личностных качеств практического психолога включает: доброжелательность, ответственность, оптимизм, организованность, любознательность, наблюдательность, настойчивость, терпеливость, привлекательность, общительность, внимательность, самообладание, тактичность, чуткость, альтруистичность, вежливость, гуманность, отзывчивость, объективность, интеллигентность, динамичность, гибкость поведения, высокий уровень общего и социального интеллекта, рефлексивность, сензитивность, умение слушать, креативность, умелое владение невербальными средствами общения, открытость, непринужденность, естественность и искренность в эмоциональных проявлениях, устойчивость к стрессу, эмоциональную стабильность и некоторые другие характеристики (Верняева, 1997). Успешных психологов характеризуют высокие показатели по шкалам интеллектуальности, общительности, эмоционально-волевой устойчивости, дипломатичности, проницательности, смелости, самоконтроля, доброжелательности, эмпатии, корректности, порядочности, терпимости (Малешаева, 2006).

Не только личностные качества оказывают воздействие на формирование имиджа, но и сам процесс формирования имиджа приводит к личностным изменениям субъекта-прообраза имиджа (Лавренова, 2009). Имидж психолога-консультанта, складывающийся в сознании его настоящих и будущих клиентов, определяет их готовность сотрудничать с ним с целью совместного решения имеющихся проблемных и сложных ситуаций путем установления отношений консультирования (Кузина, 2008). Вместе с тем отмечается, что в работе психолога ведущее значение имеет соответствие имиджа профессионала его внутренним личностным характеристикам. Наличие несовпадения между ними негативно воздействует на уровень доверия к психологу со стороны его клиентов.

ГИПОТЕЗА

Существуют психологические характеристики личности психолога, выступающие основой его позитивного имиджа у внешней аудитории «не психологов»; существует взаимосвязь между индивидуально-психологическими характеристиками личности психолога и оценкой его профессионального имиджа; использование коучинговой программы развития личностных качеств будет способствовать формированию позитивного имиджа психологов.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования выступает профессиональный имидж психолога. *Предмет исследования*: взаимосвязь между индивидуально-психологическими качествами с компонентами профессионального имиджа психолога. *Цель исследования* – определение психологических характеристик имиджа современного психолога.

Задачи исследования:

1. Проанализировать теоретические подходы к исследованию имиджа, описать его структуру, функции и характеристики;

2. Раскрыть роль психологических характеристик в имидже современного психолога, как одного из ключевых факторов успеха в профессиональной деятельности.

3. Определить основные психологические составляющие имиджа современного психолога.

4. Провести эмпирическое исследование, направленное на изучение психологических характеристик имиджа психолога.

В исследовании приняло участие 122 человека, из них 97 женщин и 25 мужчин. В соответствии с этапами исследования выборка была разбита на две подгруппы. На первом этапе осуществлялась оценка важности проявления качеств у психолога, формирующих его имидж. В опросе участвовали 62 человека (50 женщин и 12 мужчин), выступающих внешней аудиторией имиджа, условно названных «не психологи». Средний возраст респондентов этой подгруппы составил 35 лет.

На втором этапе исследовании приняло участие 60 психологов: 47 женщин и 13 мужчин. Средний возраст 40 лет. В среднем стаж их профессиональной деятельности составляет 4,35 лет. Большинство из них работают в формате онлайн и офлайн одновременно (70%), 30% ведут свою деятельность только в онлайн формате.

МЕТОДЫ

Для решения поставленных задач были использованы следующие *методики исследования*: тест «Имидж психолога» (Подопригора М.Г.) для исследования представлений группы «не психологи»; тест «Ваш имидж» (Подопригора М.Г.) для оценки психологами собственного имиджа; Самоактуализационный тест САТ (Э. Шостром в адаптации Л.Я. Гозмана, М.В. Кроза); диагностика уровня эмпатических способностей (В.В. Бойко); Пятифакторный опросник личности, 5PFQ (Х. Тсуи в адаптации А.Б. Хромова); шкала внимательности и осознанности, МААС (К. Браун, Р. Райян в адаптации А.М. Голубева); Шкала толерантности к неопределенности, IAS (С. Баднер в адаптации Т.В. Корниловой, М.А. Чумаковой).

Статистическая обработка данных проводилась с использованием г-критерия корреляции Спирмена и U-критерии Манна-Уитни.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

По итогам реализации первого этапа исследования выделен идеальный образ психолога у «не психологов». Выяснилось, что наиболее высокая степень выраженности, по мнению респондентов «не психологов» должна быть у следующих элементов имиджа: профессионализм 4,85±0,40 балла; компетентность 4,79±0,45 балла; умение слушать 4,76±0,53 балла; развитый интеллект 4,71±0,58 балла; искренность (естественность, непринужденность, открытость) 4,68±0,72 балла. Среди качества, которые должны быть достаточно выражены у психологов, отмечены: ответственность – 4,65±0,63; наблюдательность, внимательность – 4,65±0,70; терпение – 4,60±0,69; стрессоустойчивость – 4,60±0,61; аргументированность – 4,56±0,80; тактичность – 4,56±0,74; эмпатия, отзывчивость, чуткость, сопереживание, доброжелательность – 4,53±0,69; гибкость мышления – 4,48±0,76; коммуникативная компетентность, умение поддерживать контакты – 4,48±0,78; уверенность в себе – 4,47±0,80; проницательность, интуиция – 4,44±0,86; объективность – 4,42±0,86; самообладание – 4,40±0,88. Визуальный имидж психологов для многих не играет роли, степень выраженности его составляющих по многим показателям для «не психологов» не достигает 3х баллов: аксессуары – 2,42±1,22 балла; запоминающаяся внешность 2,60±1,17 балла; известность 2,29±1,08 балла; костюм – 2,90±1,10 балла; обувь 2,85±1,30 балла; походка – 2,53±1,21 балла, прическа – 2,82±1,14 балла. Из визуальных атрибутов достаточно высокая степень выраженности в образе психолога по мнению «не психологов» должна быть по показателю «приятная улыбка» – 3,90±1,00 баллов.

На следующем этапе нами был проведен сравнительный анализ имиджа психолога по их собственной оценке с полученным идеальным образом у «не психологов».

Таблица 1 – Сравнительная характеристика степени выраженности качеств и характеристик у психологов с «идеальным образом психолога» (представлены показатели, по которым степень выраженности у психологов ниже необходимой степени выраженности по мнению «не психологов»)

Показатель	Необходимая степень выраженность по мнению «не психологов»	Степень выраженности по самооценке психологов
Аккуратность	4,21	4,05
Аргументированность	4,56	4,25
Высокая (адекватная) самооценка	4,23	4,03
Гибкость мышления	4,48	4,20
Известность	2,29	1,98
Искренность (естественность, непринужденность, открытость)	4,68	4,25
Компетентность	4,79	4,18
Костюм	2,90	2,85
Культура	4,08	3,90
Общительность	4,27	4,22
Ораторское мастерство	4,03	3,43
Оригинальность мышления (креативность)	4,06	4,00
Ответственность	4,65	4,30
Приятный тембр голоса	4,13	4,05
Профессионализм	4,85	4,22
Развитый интеллект	4,71	4,58
Самообладание	4,40	4,30
Сила воли	3,98	3,92
Тактичность	4,56	4,23
Терпение	4,60	4,17
Уверенность в себе	4,47	3,98
Умение слушать	4,76	4,42
Хорошие манеры	4,27	4,18
Коммуникативная компетентность, умение поддерживать контакты	4,48	4,13
Стрессоустойчивость	4,60	4,07
Организованность	4,29	3,92
Наблюдательность, внимательность	4,65	4,30
Проницательность, интуиция	4,44	4,32
Объективность	4,42	4,02
Толерантность к другим людям, терпимость	4,26	4,15
Зрелость (личная и социальная)	4,39	4,30

Для более точной сравнительной характеристики был проведен сравнительный статистический анализ при помощи критерия Манна-Уитни По его результатам были выделены и представлены на рисунке 1 характеристики, по которым степень выраженности у психологов по их самооценке статистически значимо ниже их необходимой степени выраженности в «идеальном образе психолога».



Рисунок 1 – Статистические отличия по степени выраженности качеств и характеристик у психологов, уступающих «идеальному образу психолога»

В продолжении были исследованы особенности развития психологических характеристик у профессиональных психологов, составляющих содержание их имиджа. Распределение выборки по уровню самоактуализации личности свидетельствует о том, что у большинства психологов (48% от выборки) диагностирована реальная самоактуализация, ещё у 22% психологов среднестатистическая норма. Для 41% психологов характерна псевдо самоактуализация ориентации во времени, для 14% характерен низкий уровень самоактуализации по данной шкале; 58% психологов имеет среднестатистическое значение по уровню развития опоры на себя и 13% имеют по данной шкале реальный уровень самоактуализации, то есть в большинстве своём психологи ориентируются на своё мнение, руководствуются своими убеждениями,

установками и принципами. При этом у 28% психологов выявлен низкий уровень самоактуализации и псевдосамоактуализация; 55% психологов (35% со среднестатистической нормой и 20% с реальной самоактуализацией) руководствуются ценностями, присущими самоактуализирующейся личности. У 32 психологов по шкале «ценностные ориентации» выявлена псевдосамоактуализация, 13% обладают низким уровнем; у 60% психологов выявлена псевдосамоактуализация гибкости поведения, а у 5% она находится на низком уровне; 61% психологов (38% со среднестатистической нормой и 23% с реальной самоактуализацией) глубоко и тонко чувствуют себя и свои переживания, для 17% характерно бесчувствие, для 22% психологов характерна псевдосамоактуализация по уровню сензитивности; для 38% психологов характерна псевдосамоактуализация по уровню спонтанности, не выявлено ни одного человека с низким уровнем по данной шкале, для 32% характерен уровень спонтанности реальносамоактуализирующейся личности, а ещё 30% обладают среднестатистическим уровнем её развития; у 55% психологов обнаружена псевдосамоактуализация по уровню самоуважения; а у 12% его уровень ниже нормы; для 45% характерна псевдосамоактуализация самопринятия, а у 17% оно ниже среднего уровня; природа человека для 27% психологов является недостаточно понятной, а 30% делают вид, что достаточно самоактуализированы в данном вопросе; 68% психологов делают вид, что достаточно самоактуализированы в способности к целостному восприятию мира и людей, а у 13% уровень самоактуализации по шкале синергичности ниже нормы; у 48% психологов высоко развито принятие агрессии, у 23% нормальный уровень самоактуализации по данной шкале. Однако 28% психологов не принимают данное чувство, стараются его в себе подавить, что может негативно в итоге сказаться на их психологическом здоровье; 48% имеют уровень псевдосамоактуализации по проявлению контактности, а 8% испытывают в общении трудности; 45% психологов в целом развивают свои познавательные способности на среднем уровне, для 22% характерна реальная самоактуализация в данном направлении; у 33% психологов выявлен низкий уровень креативности, 25% хотят казаться более креативными (псевдосамоактуализация).

Обобщая результаты по тесту самоактуализации, можно сделать вывод, что психологи пытаются выглядеть в наиболее благоприятном свете, что доказывает, что они стараются поддерживать некий образ «идеального» психолога, но в реальности не соответствуют ему.

Распределение результатов по уровню развития исследуемых в тесте 5PFQ личностных характеристик представлено на рисунке 2. По результатам данного теста можно сделать следующие выводы: большинство психологов, а именно 43% отличаются как экстравертностью, так и интровертностью, 37% психологов больше экстраверты – такие люди любят развлечения и коллективные мероприятия, они общительны и имеют большой круг друзей, при этом не особо любят себя утруждать работой и учёбой, они беззаботны и любят перемены, 20% психологов – интроверты и для них характерна опора на себя, но они невнимательны к окружающему, недостаточно уверены в себе; для 77% психологов характерно позитивное отношение к другим (шкала привязанности-обособленности), как правило такие люди отзывчивы и добры, что является положительным для профессии психолога, для 23% характерен средний уровень привязанности/обособленности. Для 70% психологов характерен высокий уровень самоконтроля, для людей с высокими значениями по шкале «самоконтроль-импульсивность» характерны такие черты личности, как добросовестность, ответственность, обязательность, точность и аккуратность в делах, что является положительными качествами для психологов. У 30% среднее значение по шкале. С низкими значениями по данной шкале психологов в данной выборке не выявлено; большинство психологов (47%) имеет средний уровень эмоциональной устойчивости, для 32% характерен высокий её уровень. Однако, у 22% психологов обнаружен низкий уровень эмоциональной устойчивости; 93% психологов достаточно экспрессивные личности и не отличаются практичностью. Такие люди достаточно легко относятся к жизни, проявляют интерес к различным сторонам жизни.

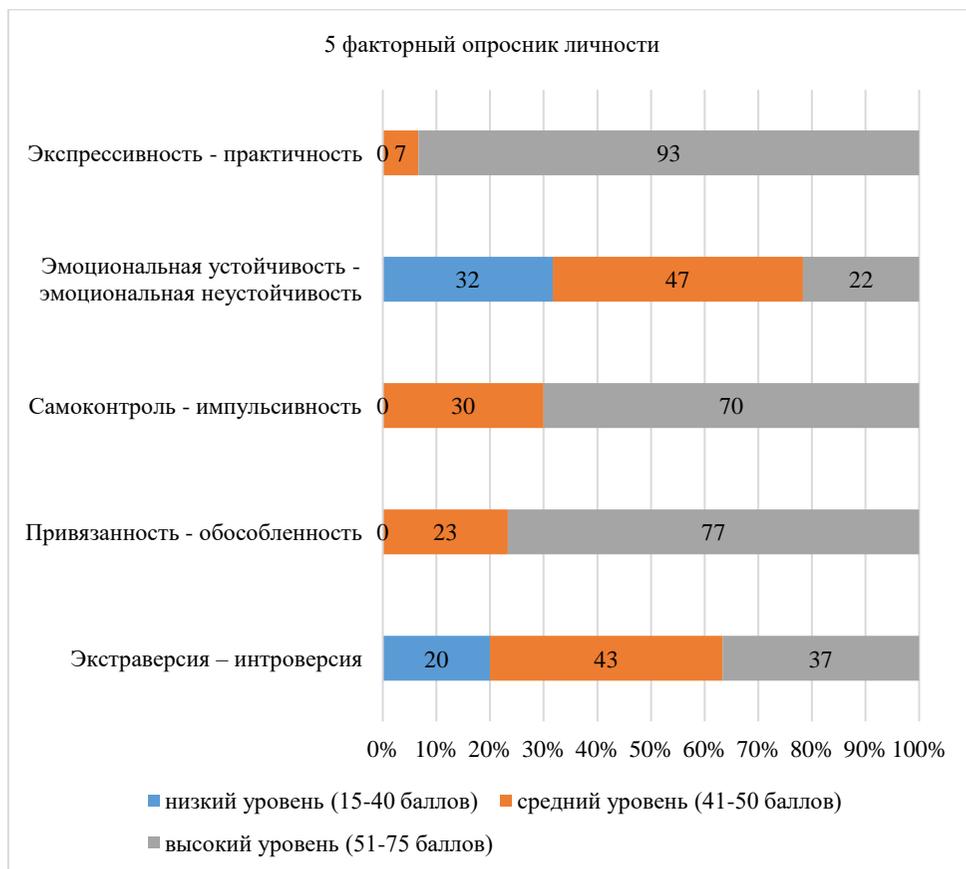


Рисунок 2 – Распределение психологов по уровню выраженности характеристик личности по шкалам пятифакторного опросника личности, в %

Психологов в данной выборке не отличает высокий уровень осознанности. В среднем по выборке он составил $63,43 \pm 8,82$ балла 95% психологов имеют средний уровень осознанности. Не отличаются данные психологи и высоким уровнем эмпатии, которая по мнению «не психологов» должна быть развита у психологов на очень высоком уровне. Среднее значение по выборке составило $19,88 \pm 4,39$ баллов, что в большей степени соответствует заниженному уровню эмпатии. Всего 3% психологов имеют высокий уровень эмпатии, а у 25% она находится на среднестатистическом уровне развития. Большинство психологов (65% от выборки) – это психологи с заниженным уровнем эмпатии. При этом низкий уровень эмпатии у большинства определяется низким уровнем развития рационального и эмоционального каналов эмпатии, а также интуитивного. Иными словами, все формы (рационально-эмоционально-интуитивное) отражения другого человека, составляющие эмпатию, у большинства психологов развиты на низком уровне.

Согласно результатам оценки уровня толерантности к неопределенности (таблица 2) можно сделать вывод, что треть психологов достаточно спокойны к неопределенным ситуациям в жизни, треть психологов наоборот нетолерантны к неопределенности и больше любят стабильность и привычные стандартные ситуации в жизни.

Таблица 2 – Описательные статистики психологических характеристик по результатам первичной диагностики

Шкалы	Психологическая характеристика имиджа	Среднее	Ст. откл.
Интолерантность к неопределенности (ИТН)		25,00	7,23
Толерантность к неопределенности (ТН)	Толерантность к неопределенности	31,15	5,06

Обобщая полученные результаты, можно сделать вывод, что большинство характеристик, которые по мнению «не психологов» должны быть развиты на достаточно высоком уровне, у психологов данной выборки не развиты в значительной степени и имеют в большинстве своем среднестатистические значения. По большинству шкал, да и в целом по общему уровню, выявлена псевдосоакуализация, то есть внешне психологи хотят выглядеть лучше, чем возможно есть на самом деле.

По полученным результатам нами был также проведен корреляционный анализ между показателями шкал и показателем имиджа. Корреляционный анализ проводился при помощи непараметрического коэффициента корреляции Спирмена (таблица 3).

Таблица 3 – Корреляции психологических характеристик имиджа с общим индексом имиджа по результатам диагностики (Ро Спирмена)

Показатель	Психологическая характеристика	Имидж	
		Коэффициент корреляции	Знач. (двухсторонняя)
Шкала ориентации во времени (ОВ)		,271*	0,036
Шкала поддержки (П)	Опора на себя в принятии решений / Аутентичность, автономия	,340**	0,008
Шкала ценностной ориентации (ЦО)	Аутентичность, автономия	,352**	0,006
Шкала гибкости поведения (ГП)	Гибкость поведения и мышления	0,249	0,055
Шкала сензитивности (Сен)		,261*	0,044
Шкала спонтанности (Сп)	Естественность и искренность, непринужденность, открытость	,331**	0,01
Шкала самоуважения (Су)	Адекватная самооценка, самопринятие	,500**	0
Шкала самопринятия (Спр)	Адекватная самооценка, самопринятие	,385**	0,002
Шкала представлений о природе человека (Поп)	Гуманность, любовь к людям / Отождествление с людьми, идентичность	0,245	0,059
Шкала Синергии (Син)	Отождествление с людьми, идентичность	0,193	0,139
Шкала принятия агрессии (ПА)		-0,002	0,987
Шкала контактности (К)	Умение поддерживать контакты, коммуникативная компетентность, позитивные отношения с окружающими;	0,209	0,109
Шкала познавательных потребностей (Поз)	Любознательность, широта интересов	0,032	0,807

продолжение таблицы 3

Показатель	Психологическая характеристика	Имидж	
		Коэффициент корреляции	Знач. (двухсторонняя)
Шкала креативности (Кр)	Креативность, оригинальность мышления	,315*	0,014
САТ (Т-баллы)	Зрелость (личная и социальная)	,331**	0,01
Экстраверсия – интроверсия	Выраженная готовность к контактам, общительность	,314*	0,015
Привязанность – обособленность	Гуманность, любовь к людям / Толерантность к другим людям, терпимость	,512**	0
Самоконтроль – импульсивность	Ответственность / Эмоциональная стабильность, умение контролировать своё поведение, самообладание	,543**	0
Эмоциональная устойчивость – эмоциональная неустойчивость	Стрессоустойчивость, низкий уровень тревожности	-0,246	0,058
Экспрессивность – практичность	Любознательность, широта интересов	,485**	0
Осознанность	Рефлексия, развитость самосознания / Наблюдательность, внимательность / Развитость самосознания	,289*	0,025
Рациональный канал эмпатии		0,219	0,093
Эмоциональный канал эмпатии		-0,054	0,682
Интуитивный канал эмпатии	Проницательность, интуиция	,447**	0
Установки, способствующие эмпатии	Доброжелательность, теплота. 2) Эмпатия, отзывчивость, чуткость, сопереживание	-0,05	0,705
Проницающая способность в эмпатии	Естественность и искренность, непринужденность, открытость	0,135	0,304
Идентификация в эмпатии	Шкала Представлений о природе человека (САТ)	0,172	0,19
	Шкала Синергии (САТ) / Шкала «Идентификации» (В.В. Бойко)		
Эмпатия	Эмпатия, отзывчивость, чуткость, сопереживание	0,178	0,174
Интолерантность к неопределенности (ИТН)		-0,23	0,077
Толерантность к неопределенности (ТН)	Толерантность к неопределенности	0,242	0,062

** Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

В итоге выявлено достаточно большое количество психологических характеристик, которые имеют статистически значимые взаимосвязи со степенью выраженности имиджа у психологов по их собственной самооценке, что свидетельствует о том, что они реально участвуют в его формировании. Все взаимосвязи прямые, поэтому их развитие способствует и развитию имиджа. Имидж имеет корреляции со многими показателями самоактуализации и её общим уровнем, охвачено 4 фактора Пятифакторного опросника личности, шкала осознанности и шкала интуитивного канала эмпатии опросника В.В. Бойко. Толерантность к неопределенности значимых корреляций с имиджем не имеет. Выявлены корреляции с другими шкалами, которые в рамках теоретического анализа нами не были соотнесены с возможными психологическими характеристиками, формирующими имидж психолога. Это шкалы самоактуализации: шкала ориентации во времени ($,271^*$), шкала сензитивности ($,261^*$). То есть данные психологические характеристики также могут быть включены в конструктор имиджа.

Учитывая то, что большинство психологических характеристик по оценке «не психологов» имеют взаимосвязи с общим показателем «идеального образа психолога», а также то, что результаты психологической диагностики психологов имеют взаимосвязи с их общей самооценкой имиджа, можно сделать вывод, что психологические характеристики в достаточно значимой степени участвуют в формировании как внешнего идеального образа психолога, так и в формировании реального имиджа. Поставленная нами в исследовании гипотеза доказана.

ВЫВОДЫ

1. Имидж представляет собой феномен индивидуального, группового или коллективного сознания, функционирующий в качестве образа-представления, в котором в сложной взаимосвязи соединены внешние и внутренние характеристики объекта, его социальные роли и функции, взаимодействие в семантическом поле культуры с различными категориями, составляющими сознание.

2. Профессиональная деятельность психолога, предполагающая тесное взаимодействие с людьми, невозможна без создания соответствующего имиджа, лежащего в основе формирования доверия к специалисту и готовности совместной работы с ним. Имидж при этом является одной из ключевых составляющих успешной профессиональной деятельности психолога.

3. Для внешней аудитории в целом не важен уровень развития визуальной составляющей имиджа психологов, но при этом по мнению «не психологов» степень выраженности психологических характеристик у психологов должна быть на высоком уровне. Корреляционный анализ при этом между общим уровнем имиджа по мнению «не психологов» («идеальный образ» психолога) и степенью выраженности различных психологических характеристик обнаружил, что между ними в большинстве случаев наблюдаются статистически значимые корреляционные взаимосвязи. Таким образом, доказана гипотеза о том, что существуют психологические характеристики личности психолога, выступающие основной его позитивного имиджа у внешней аудитории «не психологов».

4. Самооценка собственного имиджа психологами показала, что степень выраженности у достаточно большого количества психологических характеристик, выступающих основой позитивного имиджа у внешней аудитории «не психологов», у психологов находится ниже уровня «идеального образа».

5. Реальная оценка данных психологических характеристик при помощи психодиагностических методик показала, что у психологов данной выборки они развиты в незначительной степени и имеют в большинстве своем среднестатистические значения. У большинства психологов отмечен пониженный уровень эмпатии, невысокий уровень осознанности. Стоит также отдельно отметить результаты по тесту самоактуализации. По большинству шкал, да и в целом по общему уровню, у многих психологов выявлена псевдосамоактуализация, то есть внешне психологи хотят выглядеть лучше, чем возможно есть на самом деле.

6. Корреляционный анализ между полученными результатами по психологической диагностике с самооценкой имиджа психологов позволил выявить достаточно большое количество статистически значимых взаимосвязей, что свидетельствует о том, что выделенные нами психологические характеристики в большинстве своём участвуют в формировании имиджа.

Таким образом доказана и вторая гипотеза о том, что существует взаимосвязь между индивидуально-психологическими характеристиками личности психолога и оценкой его профессионального имиджа.

7. Все выявленные взаимосвязи прямые, поэтому развитие данных психологических характеристик будет способствовать развитию имиджа. Наибольшее количество взаимосвязей с имиджем обнаружено у компонентов самоактуализации. Учитывая результаты её диагностики и то, что достаточно большое количество имеют либо низкий уровень развития компонентов, либо и вовсе псевдосоактуализацию, было сделан вывод о необходимости развития в первую очередь у них компонентов самоактуализации и её балансиров

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Белобрыкина, О.А. Специфика самопрезентации практикующих психологов в социальных сетях // Международный журнал экономики и образования. – 2021. – Т. 7. – № 1. – С. 5-26.
2. Березовская, И.П. Введение в профессию психолога: этический компонент: учебное пособие. – СПб.: ФГБОУ ВПО ПГУПС, 2015 – 49 с.
3. Верняева, Т.А. Профессионально-личностный портрет психолога: диссертация ... кандидата психологических наук: 19.00.03. – Санкт-Петербург, 1997. – 200 с.
4. Гаришина, Т.Р. Основы делового имиджа: учебное пособие. – М.: Московская финансово-промышленная акад., 2010. – 63 с.
5. Донская, Л.Ю. Имидж психолога как сложный многофакторный феномен // Актуальные вопросы современной науки. – 2014. – № 35. – С. 67-80.
6. Елисеева, О.О. Профессиональный имидж психолога как фактор установления отношения доверия/недоверия // Педагогическое образование и наука. – 2011. – № 7. – С. 27-30.
7. Змановская, Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 141 с.
8. Кузина, В.М. Имидж психолога как фактор эффективности его взаимодействия с субъектами образовательного учреждения // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2008. – № 3(35). – С. 37-39.
9. Лавренова, А.В. Теоретические аспекты проблемы профессионального имиджа психолога // Психологическая студия / Под редакцией С.Л. Богомаза, В.П. Волчок. – Витебск: Витебский государственный университет им. П. М. Машерова, 2009. – С. 79-84.
10. Макарова, Е.Ю. Представления о психологическом консультировании у разных социальных групп: автореферат дис. ... кандидата психологических наук: 19.00.05. – Москва, 2009. – 22 с.
11. Малешаева, Г.В. Психологические факторы эффективности профессиональной деятельности военного психолога-женщины: диссертация ... кандидата психологических наук: 19.00.03. – Москва, 2006. – 138 с.
12. Перельгина, Е.Б. Психология имиджа. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 221 с.
13. Петрова, Е.А. Необходимый имидж или Как произвести нужное впечатление с помощью одежды. – М.: Гном и Д, 2000. – 208 с.
14. Санатулова, А.Ш. Формирование имиджа профсоюзного руководителя: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.08. – Москва, 2001. – 184 с.
15. Смагина, М.А. Общее представление об имидже современного психолога // Личность и общество: психологический подход к проблемам : сборник научных трудов / отв. ред. Н.А. Коваль. – Тамбов: ООО «Принт-Сервис», 2017. – С. 120-123.
16. Шепель, В.М. Имиджелогия: Как нравиться людям. – М.: Нар. образование, 2002. – 575 с.
17. Щербакова, Е.А. Психологические условия развития профессионального имиджа студентов-психологов средствами психологической практики // Личность как субъект управленческой деятельности: Сборник научных трудов. – Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2017. – С. 82-87.

PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF THE IMAGE OF A MODERN PSYCHOLOGIST

Volodarskaya E.A.¹, Filipenko O.Yu.²

¹S.I.Vavilov Institute for the History of Science and Technology
of the Russian Academy of Sciences

²Moscow Institute of Psychoanalysis

ABSTRACT

The problem of studying the professional image of a counseling psychologist, his features and psychological characteristics is becoming more and more relevant due to the expansion and deepening of the problems of the population associated with the need to seek psychological help, but at the same time a low level of psychological culture and the lack of a unified idea of a psychologist. In the presence of attempts to scientifically comprehend the problem of image in psychology and imagology, there are currently a number of insufficiently studied issues, in particular, the identification of the psychological characteristics of the image of a psychologist, which determined the problematic field of this study. Understanding the psychological characteristics of the image of a practicing psychologist will greatly optimize the process of psychological counseling by establishing a relationship with a client based on trust. The sample consisted of 62 non-psychologists: 50 women and 12 men, and 60 psychologists: 47 women and 13 men. The following methods were used: the "Image of a Psychologist" test (M.G. Podoprighora), a variant for non-psychologists; test "Your Image" (Podoprighora M.G.), a variant for psychologists; self-actualization test CAT (E. Shostrom; adaptation: L.Ya. Gozman, M.V. Kroz); diagnostics of the level of empathic abilities (V.V. Boyko); five-factor personality questionnaire, 5PFQ (H. Tsuyi; adaptation: A.B. Khromov); mindfulness and awareness scale, MAAS (K. Brown, R. Ryan; adaptation: A.M. Golubev); uncertainty tolerance scale, IAS (S. Badner, adaptation: T.V. Kornilova, M.A. Chumakova). It was revealed that for the external audience of the image, in general, the level of development of the visual component of the image of psychologists is not important, but according to "non-psychologists", the degree of manifestation of psychological characteristics in psychologists should be at a high level. The analysis carried out between the general level of the image in the opinion of "non-psychologists" ("ideal image" of a psychologist) and the degree of manifestation of various psychological characteristics of a professional psychologist revealed statistically significant relationships. Assessment of their own image by psychologists showed that the degree of expression of a sufficiently large number of psychological characteristics that serve as the basis for a positive image among the external audience of "non-psychologists", among psychologists, is below the level of an ideal image. A diagnostic analysis of the personal-psychological characteristics of psychologists showed that they are developed to a small extent among the respondents and have average statistical values. Most psychologists have a low level of empathy, a low level of awareness and a type of pseudo-self-actualization.

KEYWORDS

professional image, image of a psychologist, personal qualities, self-actualization, empathy, tolerance for uncertainty, awareness.