

Идентичность и имидж психолога как помогающего специалиста в современном мире

Е. П. Кораблина¹, В. В. Хороших¹, П. Д. Абрамова¹

¹ Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, д. 48

Сведения об авторах:

Елена Павловна Кораблина

e-mail: lina-korablina@mail.ru

SPIN-код: 2793-3094

Scopus AuthorID: 6506895150

ResearcherID: K-7759-2018

ORCID: 0000-0002-1171-5904

Валерия Викторовна Хороших

e-mail: vkhoroshikh@gmail.com

SPIN-код: 8161-9550

Scopus AuthorID: 57197744365

ResearcherID: D-9861-2017

ORCID: 0000-0001-7116-0042

Полина Дмитриевна Абрамова

e-mail: psypocket@mail.ru

SPIN-код: 6296-0291

ORCID: 0000-0001-8791-3029

© Авторы (2022).

Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена.

Аннотация. В статье рассматривается представление в социуме об образе помогающего специалиста-психолога. В этой связи раскрывается понимание идентичности (принадлежности) и имиджа (образа) психолога как соотнесение внутренних и внешних аспектов его личности. В современном мире при большом количестве информации и недостатке идей требуется более осознанное, осмысленное отношение к происходящему, к тем изменениям, которые происходят в профессиональной жизни психолога. На сегодняшний день работа психолога предполагает освоение виртуального пространства. Встают вопросы этики профессионального взаимодействия, правдивой информации, бережного отношения к себе и аудитории. Важную роль играют психологическая зрелость специалиста, его индивидуальная способность к символизации и образному восприятию. Обращение к проблеме соотношения идентичности и имиджа психолога в современном мире может рассматриваться в качестве одного из важных аспектов профессионального развития и самосовершенствования психолога на разных этапах профессионального пути. Понимание имиджа, его основные компоненты и функции представляются в тексте с позиции двух подходов –

субъективного, в котором имидж трактуется как образ, целенаправленно формируемый усилиями субъекта, и социально-перцептивного, в котором имидж рассматривается как результат социального взаимодействия, восприятия человека другими людьми. Индивидуальный имидж специалиста складывается в результате профессионального общения с клиентом и является отражением характеристик, относящихся как к внешнему образу профессионала, так и к его профессиональным, психологическим, социальным и другим характеристикам. В связи с этим возникает необходимость становления идентичности помогающего специалиста своему профессиональному предназначению в экзистенциально-символическом смысле. Эффективность реализации целей профессиональной деятельности психолога-консультанта в значительной степени зависит от степени согласованности внешних, в том числе имиджевых характеристик, поведенческих компетенций и внутренних смыслов, системы ценностей психолога. Гармоничное сочетание имиджа, идентичности, профессиональных осознанности и ответственности способствует созданию созидательной индивидуальной стратегии профессиональной деятельности помогающего специалиста в современных условиях.

Ключевые слова: помогающая деятельность, профессиональная осознанность, профессиональная подготовка, профессиональная индивидуальность, имидж и идентичность, образ профессиональной роли

A psychologist as a caregiver: Modern identity and image

E. P. Korablina¹, V. V. Khoroshikh¹, P. D. Abramova¹

¹ Herzen State Pedagogical University of Russia
48 Moika River Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

Authors:

Elena P. Korablina

e-mail: lina-korablina@mail.ru
SPIN: 2793-3094
Scopus AuthorID: 6506895150
ResearcherID: K-7759-2018
ORCID: 0000-0002-1171-5904

Valeriya V. Khoroshikh

e-mail: vkhoroshikh@gmail.com
SPIN: 8161-9550
Scopus AuthorID: 57197744365
ResearcherID: D-9861-2017
ORCID: 0000-0001-7116-0042

Polina D. Abramova

e-mail: psypocket@mail.ru
SPIN: 6296-0291
ORCID: 0000-0001-8791-3029

Copyright:

© The Authors (2022).
Published by Herzen State
Pedagogical University of Russia.

Abstract. The article discusses how the society perceives the image of a psychologist as a caregiver. The article distinguishes between identity (belonging) and image (vision) as a correlation of internal and external aspects of a psychologist's personality. Today, the world is overloaded with information and lacks ideas. This necessitates a more conscious, meaningful attitude to the changes taking place in the professional life of a psychologist. A modern psychologist inevitably interacts with the virtual space. This gives rise to ethical issues of professional interaction, reliability of information, and care taken towards oneself and the audience. An important role is played by the psychological maturity and individual ability of the psychologist to perceive information in a symbolic and figurative way. The relationship between the identity and the image of a modern psychologist is one of the important aspects of personal and professional development of a psychologist at different stages of the career. The article approaches understanding of the image, its main components and functions from two perspectives: subjective and socio-perceptual. The former interprets the image as the product of purposeful efforts of the subject, while for the latter it is a result of social interaction and perception of a person by others. The professional's individual image is formed as a result of professional communication with a client. It is a reflection of characteristics

related to both the external image of a professional and his/her professional, psychological, social, etc. profile. Hence, it is expedient to use a combination of existential and symbolic approaches to establish the identity of a caregiver fitting his/her professional purpose. The effectiveness of the implementation of professional goals of a consultant psychologist largely depends on the consistency of external (including the image) and behavioral competencies with internal meanings (a psychologist's value system). A balanced combination of image, identity, professional awareness and responsibility contributes to the development of a creative individual strategy of professional activity of a modern caregiver.

Keywords: caregiving, professional awareness, professional training, professional individuality, image and identity, image of a profession

Введение

Бурное развитие информационно-коммуникативных технологий, новый опыт организации повседневной жизни, учебной и профессиональной деятельности в условиях пандемии создает новые возможности реализации задач професси-

ональной деятельности для широкого круга специалистов, в том числе и психологов (например, организация удаленного взаимодействия с работодателями, коллегами и клиентами, продвижение своих услуг в Интернет и т. п.). В то же время актуальный жизненный контекст ставит

перед современными помогающими специалистами ряд проблемных вопросов, сопряженных с осознанием ограничений и рисков профессиональной деятельности (например, этические аспекты профессиональной самопрезентации, риски при проведении онлайн консультирования и др.). Обращение к проблеме соотношения идентичности и имиджа психолога в современном мире, по нашему мнению, может рассматриваться в качестве одного из важных аспектов профессионального развития и самосовершенствования психолога на разных этапах профессионального пути.

Материалы и методы

Для изучения соотношения имиджа и идентичности в профессиональной деятельности психолога был использован теоретический анализ и метод теоретического моделирования.

Результаты и их обсуждение

Феномен имиджа в качестве самостоятельной проблемы исследования в фокус внимания отечественных психологов попал в конце XX – начале XXI века. В результате анализа литературы можно выделить два основных подхода, раскрывающих смысл понятия имидж, его основные компоненты, функции (Хороших 2001). С позиций первого (субъектного) подхода имидж трактуется как образ, целенаправленно формируемый усилиями субъекта (иногда с учетом рекомендаций специалистов-имиджмейкеров), при этом формируемый имидж должен акцентировать внимание на сильных сторонах и нивелировать «недостатки» (В. Шепель, И. Нефедова, Е. Власова, и др.). То есть основные функции имиджа в данном случае связаны с повышением, укреплением самооценки и повышением успешности, эффективности профессиональной деятельности. С позиций второго (социально-перцептивного) подхода имидж рассматривается как результат социального взаимодействия, восприятия человека другими людьми (Т. З. Адамьянц, О. П. Березкина, Г. Г. Почепцов, А. Ю. Панасюк и др.).

Сторонники этого подхода считают, что имидж должен соответствовать ожиданиям аудитории, подчеркивают ситуативную обусловленность имиджа. Е. Б. Перелыгина трактует имидж как разновидность образа, отмечая, что «...имидж – это символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия», подчеркивая его двойственную социально-психологическую природу. С одной стороны, имидж является образом субъекта для социальной группы, с другой стороны, имидж конструируется с учетом представлений о характеристиках, требованиях и ожиданиях той социальной группы, на формирование впечатления в отношении которой имидж и направлен (Перелыгина 2002). Таким образом, имидж выполняет ряд важных функций: социального взаимодействия, саморазвития, самопознания и самовыражения.

Индивидуальный имидж специалиста складывается в результате профессионального общения с клиентом, и является отражением «...социальных, профессиональных, психологических и ... относящихся к внешнему облику характеристик...» (Петрова 2009, 7). В определенном смысле индивидуальный имидж составляет своеобразный репутационный капитал специалиста, играя важную роль как на этапе установления контакта, так и выступая в качестве основы для формирования дальнейшего взаимодействия.

Изучению имиджа психолога посвящены работы О. О. Елисейевой, В. Л. Бозаджиева, Л. Н. Ожиговой и др. В результате современных исследований показана роль имиджа психолога как фактора доверия к нему клиента (О. О. Елисейева; Л. Н. Ожигова, Н. А. Барышева), раскрывается роль имиджа и престижа профессии для представителей помогающих видов деятельности (А. А. Шляг), изучаются особенности формирования имиджа психологов ФСИН (В. Г. Зазыкин, Д. И. Кечил, Д. А. Кудрин), раскрывается роль имиджа психолога в процессе взаимодействия с субъектами

образовательного процесса (М. М. Кузина).

В формировании имиджа психолога как представителя профессиональной группы большой вклад вносят средства массовой информации и киноиндустрия. В последнее время на отечественных теле- и киноэкранах всё чаще появляются фильмы и сериалы, в которых среди главных героев можно увидеть психолога, однако его работа представляется аудитории упрощённо, с большим количеством этически спорных решений. В ряде случаев психолог выступает в роли «супергероя», способного за одну встречу решить проблему клиента. Подобная тенденция к мифологизации профессии психолога в нашей стране обозначена в работе Ю. В. Саенко и Т. В. Бюндюговой, выделивших три группы мифов о работе психолога. К первой группе были отнесены представления, согласно которым психолог и психиатр это один и тот же специалист, занимающийся, прежде всего, вопросами психического здоровья. Во вторую группу были отнесены представления, в которых психолог выполняет педагогические функции (получает, даёт советы и т. п.). К третьей группе отнесены представления о психологе как о волшебнике, специалисте, способном быстро решить все проблемы клиента при его минимальном участии (Саенко, Бюндюгова 2006). Очевидно, что существующие у клиента представления о работе психолога, специфике, скорости и способах решения трудовых задач оказывают серьёзное влияние на качество профессионального взаимодействия клиента и консультанта.

Л. Н. Ожигова и Н. А. Барышева отмечают, что эффективность реализации целей профессиональной деятельности психолога-консультанта в значительной степени зависит от степени согласованности внешних, в том числе имиджевых характеристик, поведенческих компетенций и внутренних смыслов, системы ценностей психолога (Ожигова, Барышева 2018). Согласно Л. Н. Ожиговой, в процессе формирования собственного имиджа психологу

важно найти аутентичные и адекватные его индивидуально-психологическим особенностям формы презентации имиджа.

Рассматривая профессиональную подготовку как систему организационных и педагогических мероприятий для формирования профессиональной компетентности и психологической готовности, можно выделить два компонента становления помогающего специалиста в процессе его обучения в вузе:

— формирование профессиональной компетентности как способности к решению профессиональных задач на основе получаемых знаний, умений и навыков (гносеологический аспект процесса подготовки).

— становление психологической готовности: ценностно-смысловой и мотивационно-волевой компоненты профессиональной роли, кумуляция опыта, проявление профессионально важных качеств и функций (онтологический аспект процесса подготовки).

Начиная обучение в высшем учебном заведении, многие молодые люди сталкиваются с различными сложностями, связанными с адаптацией в новой учебной среде, новыми требованиями к выполнению заданий, что создаёт внутреннее напряжение и предпосылки для развития тревожных и подавленных состояний, различных стрессовых ситуаций и развития новых личностных качеств. В связи с этим в учебной среде возрастет актуальность оказания психологической помощи студентам, заключающейся как в поддержке их развивающейся личности и предотвращении у них саморазрушительного поведения, так и в способствовании их адаптации, успешному обучению и профессиональному становлению (Кораблина, Кошелева, Абрамова, Посадская 2021).

Одним из проявлений профессиональной осознанности у будущего помогающего специалиста можно назвать формирование в процессе обучения индивидуального стиля деятельности. По Е. А. Климову, индивидуальным стилем деятель-

ности называется устойчивая система индивидуальных приёмов, развивающаяся у человека в процессе поиска баланса между собственной индивидуальностью и внешними условиями выполняемой им деятельности (Климов 1969). На этапе вхождения в профессию молодому специалисту важно замечать, какие из его личностных качеств и поведенческих особенностей будут способствовать профессиональному успеху, а какие, наоборот, необходимо корректировать, поскольку они могут помешать в работе. В данном случае профессиональная осознанность проявляется как компонент модели профессиональной индивидуальности специалиста

(рис. 1), включающей следующие компоненты:

- **имидж** – образ профессиональной роли помогающего специалиста, формируемый в общественном сознании;
- **идентичность** – образ профессиональной роли помогающего специалиста, формируемый в индивидуальном сознании;
- **осознанность** в процессе выполнения профессиональной роли помогающего специалиста;
- **ответственность** за выполнение профессиональной роли помогающего специалиста.



Рисунок. Модель интеграции профессиональной индивидуальности помогающего специалиста

Выводы

Гармоничное сочетание указанных компонентов модели способствует созданию созидательной индивидуальной стратегии профессиональной деятельности помогающего специалиста в современных условиях.

Таким образом, идентичность и имидж психолога как помогающего специалиста в современном мире интегрируются благодаря его осознанности и ответственности при выполнении профессиональной роли.

Литература

- Климов, Е. А. (1969) *Индивидуальный стиль деятельности в зависимости от типологических свойств нервной системы*. Казань: Изд-во Казанского университета, 278 с.
- Кораблина, Е. П., Кошелева, А. Н., Абрамова, П. Д., Посадская, М. В. (2021) Актуальность психологической помощи в студенческой среде. В кн.: *Комплексная психологическая помощь в образовательной среде: Материалы XI научно-практической конференции. 20 декабря 2021 года, Санкт-Петербург*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, с. 37–39.

- Ожигова, Л. Н., Барышева, Н. А. (2018) Имидж психолога как основа доверия клиента. *Общество: социология, психология, педагогика*, № 7, с. 70–75. DOI: 10.24158/spp.2018.7.11
- Перельгина, Е. Б. (2002) *Психология имиджа*. М.: Аспект Пресс, 223 с. Петрова, Е. А. (2009) *Имиджелогия: избранные труды*. М.: РИЦ АИМ, 202 с.
- Саенко, Ю. В., Бюндюгова, Т. В. (2006) Формирование имиджа психолога на основе мифов, связанных с его профессией. *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки*, №1, с. 112–123.
- Хороших, В. В. (2001) *Психологические факторы успешности самопрезентации*. Диссертация ... кандидата психологических наук. СПб., СПбГУ, 193 с.

References

- Khoroshikh, V. V. (2011) *Psikhologicheskie faktory uspekhnosti samoprezentatsii [Psychological factors of successful self-presentation]*. PhD dissertation (Psychology). Saint Petersburg, Herzen State Pedagogical University of Russia, 193 p. (In Russian)
- Klimov, E. A. (1969) *Individual'nyi stil' deyatel'nosti v zavisimosti ot tipologicheskikh svoystv nervnoi sistema [Individual style of activity depending on the typological properties of the nervous system]*. Kazan': Kazanskii universitet Publ., 278 p. (In Russian)
- Korablina, E. P., Kosheleva, A. N., Abramova, P. D., Posadskaya, M. V. (2021) Aktual'nost' psikhologicheskoi pomoshchi v studencheskoi srede [The relevance of psychological assistance in the student environment]. In: *Kompleksnaya psikhologicheskaya pomoshch' v obrazovatel'noi srede: Materialy XI nauchno-prakticheskoi konferentsii. 20 dekabrya 2021 goda, Sankt-Peterburg [Comprehensive psychological assistance in the educational environment: Proceedings of the XI scientific and practical conference. December 20, 2021, St. Petersburg]*. Saint-Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., pp. 37–39. (In Russian)
- Ozhigova, L. N., Barysheva, N. A. (2018) Imidzh psikhologa kak osnova doveriya klienta [The image of a psychologist as the basis of client confidence]. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika — Society: sociology, psychology, pedagogy*, no. 1, pp. 70–75. (In Russian)
- Perelygina, E. B. (2002) *Psikhologiya imidzha [Psychology of Image]*. Moscow: Aspekt Press Publ., 223 p. (In Russian)
- Petrova, E. A. (2009) *Imidzhelogiya: izbrannye Trudy [Imageology: Selected Works]*. Moscow: RITs AIM Publ., 202 p. (In Russian)
- Saenko, Yu. V., Byundyugova, T. V. (2006) Formirovanie imidzha psikhologa na osnove mifov, svyazannykh s ego professiei [Formation of the image of a psychologist based on myths associated with his profession]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Severo-Kavkazskii region. Obshchestvennyye nauki — News of higher educational institutions. North Caucasian region. Social Sciences*, no. 1, pp. 112–123. (In Russian)