

**ПСИХОЛОГ ТА КЛІЄНТ В ПСИХОСЕМАНТИЧНОМУ ПРОСТОРИ ОБРАЗУ
ПРОФЕСІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ**

Тетяна Бородулькіна
(Запоріжжя)

У статті наводяться результати емпіричного дослідження значень «психолог» та «клієнт» в психосемантичному просторі образу професії майбутніх психологів; звертається увага на проблему маніпулятивного підходу психолога до іншої людини (клієнта).

Ключові слова: образ професії, значення, смисл, психосемантичний простір, психолог, клієнт.

В статье рассматриваются результаты эмпирического исследования значений «психолог» и «клиент» в психосемантическом пространстве образа профессии будущих психологов; обращается внимание на проблему манипулятивного подхода психолога к другому человеку (клиенту).

Ключевые слова: образ профессии, значение, смысл, психосемантическое пространство, психолог, клиент.

In article results of empirical research of senses "psychologist" and "client" in psychosemantic space of an image of a trade of the future psychologists are considered; the attention to a problem of exploitative treatment of the psychologist to other person (client) is paid.

Keywords: an image of a trade, sense, psychosemantic space, the psychologist, the client.

Постановка проблеми. Психолог та клієнт є основними суб'єктами психологічної практики, тому в психосемантичному просторі образу професії майбутніх психологів значення та смисли «психолог» і «клієнт» є важливими. В професійній літературі серед етичних проблем в роботі психолога звертається увага на спокусу влади над іншою людиною; засуджуються будь-які маніпуляції свідомістю клієнта. Існуючі міфи про професію психолога, за якими психолог розуміється як надлюдина, яка «вміє керувати поведінкою інших, їхніми почуттями та думками»; «мудрець, який знає про життя більше інших» [3], на жаль, панують не тільки у суспільній, але і в професійній свідомості. Маніпулятивний, «споживацький» підхід до людини зустрічається і серед психологів-науковців (ставлення до людини як до «статистичного матеріалу» [2]), і серед практичних психологів (ставлення до людини як до матеріалу для здобуття професійного досвіду, як до об'єкту впливів). Споживацьке ставлення психологів до клієнтів неприпустиме у взаємодії «психолог-клієнт», але не завжди воно усвідомлюється самими психологами, що ускладнює означену проблему. Осмислення власного ставлення до психолога та клієнта, рефлексія професійних значень та смислів є необхідними для висококваліфікованих фахівців. Для майбутніх психологів така внутрішня робота стане профілактикою споживацького, зверхнього, маніпулятивного, а значить непрофесійного ставлення до іншої людини.

Актуальність дослідження. Враховуючи зростання необхідності населення в кваліфікованій психологічній допомозі з одного боку, та факти порушення етичних принципів психологами з іншого боку, вважаємо дослідження професійних смислів «психолог» та «клієнт» в психосемантичному просторі образу професії майбутніх психологів актуальним та необхідним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На основі аналізу та узагальнення положень діяльнісного підходу до пояснення психічної природи образу (О. М. Леонтьєв; М. К. Мамардашвілі; С. Л. Рубінштейн; С. Д. Смирнов; О. М. Ткаченко); смислової теорії образу світу

О. М. Леонтьєва; феноменологічно-герменевтичного підходу до дослідження образної сфери людини А. А. Гостєва; психосемантичного підходу до розуміння психічного образу (О. Ю. Артемьєва; В. Ф. Петренко; В. П. Серкін); положення: про рефлексивну природу образу світу та глибину його осмислення О. О. Леонтьєва; смисловий вимір людського буття (Б. С. Братусь, Д. О. Леонтьєв) розглядаємо образ професії як різновид психічного образу та образів свідомості; підсистему образу світу людини; систему професійних значень та смислів; яка є результатом відображення, усвідомлення (розуміння) та емоційного переживання суб'єкта предметно-професійного світу.

Одним з основних структурних елементів образу професії є *значення*. Значення розглядаються як узагальнене відображення дійсності, вироблені людством і зафіксовані у формі понять, знань чи вмінь [5]; узагальнена ідеальна модель об'єкта у свідомості суб'єкта, в якій відображені суттєві властивості об'єкта, виділені у спільній суспільній діяльності [8]). Стосовно образу професії значення можна розглядати як узагальнене відображення професійної дійсності (світу професії); узагальнену ідеальну модель професії у свідомості суб'єкта, в якій зафіксовані суттєві властивості професії.

Другим основним структурним елементом образу світу, а значить і образу професії, є *особистісний смисл*, під яким розуміють ставлення суб'єкта до світу («яким є для мене те, що я бачу?» [10, с. 30]; «значення для мене» [5]); «пристрасність» ставлення до світу; значущість, важливість для людини; усвідомленість світу. Д. О. Леонтьєв розуміє під особистісним смислом об'єктів і явищ дійсності складову образів сприйняття й уявлень відповідних об'єктів і явищ, що відображує їхній життєвий смисл для суб'єкта й презентує його суб'єкту за допомогою емоційного забарвлення образів і їхніх трансформацій [6]. За О. О. Прохоровим, смисл – це індивідуальне ставлення до поняття [10]. А. М. Акбаєва узагальненим показником ставлення людини до професії визначає задоволеність професією. Вищим рівнем ставлення суб'єкта до професії, на думку автора, є

ціннісне ставлення – свідоме, індивідуальне, суспільно-обумовлене позитивно-емоційне реагування на компоненти професійної діяльності, що проявляється у потребі глибокого їх осмислення, трансформування у відповідності з існуючими суспільними еталонами та реалізацією на практиці [1].

Психосемантичний простір образу професії майбутнього фахівця складають певні професійні значення та смисли, важливими серед яких ми виділяємо «психолога» та «клієнта».

Значення психолога та клієнта надаються в численній професійній літературі (Г. С. Абрамова, В. І. Вачков, Н. І. Пов'якель, ін.). Метою роботи практичного психолога традиційно розглядається надання психологічної допомоги клієнту, людині, яка звернулася за психологічною підтримкою до психолога. Орієнтація на суб'єкт-суб'єктні відносини з клієнтом є однією з ознак професіоналізму практичного психолога. Чому ж досвідченим фахівцям не завжди вдається з повагою ставитися до клієнта, сприймати його таким, яким він є? Чому дії психолога бувають спрямовані не на актуалізацію внутрішніх ресурсів клієнта, а на маніпуляцію його свідомістю? Відповісти на ці запитання допоможе аналіз значень та смислів «психолог» та «клієнт» в психосемантичному просторі образу професії майбутніх психологів.

Мета статті. Розкрити зміст професійних смислів психолога та клієнта в психосемантичному просторі образу професії майбутніх психологів.

Виклад основного матеріалу. Результати емпіричного дослідження. Комплексне дослідження образу професії проводилося на базі Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова (м.Київ), Запорізького Національного технічного університету, Запорізької філії Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» впродовж 2006 - 2010 років на експериментальній вибірці - 527 студентів-психологів 1-5 курсів. У статті ми представимо тільки результати дослідження двох професійних смислів – «психолог» та «клієнт», отриманих

за допомогою методу вербальних асоціацій, аналізу малюнків на тему «Символ професії психолога», аналізу предметних метафор та асоціацій.

Ми звернули увагу на «присутність» в образі майбутньої професії у студентів основних суб'єктів психологічної допомоги – психолога та клієнта. На основі аналізу зображень символу професії психолога виявлено, що 44,38% майбутніх фахівців включили до своїх малюнків психолога; а 33,73% - клієнта (або іншу людину). Динаміка присутності психолога та клієнта в малюнках студентів представлена на рис. 1.

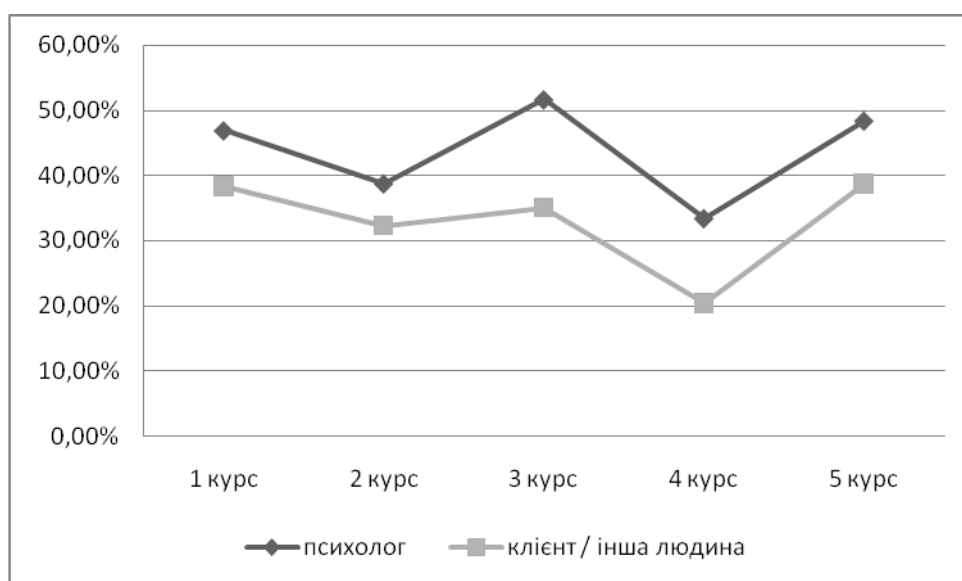


Рис.1. Динаміка присутності психолога та клієнта на малюнках символу професії психолога у студентів-психологів

Виявлено, що психолог ($\phi^* = 1,99$, при $p \leq 0,023$) та клієнт ($\phi^* = 1,76$, при $p \leq 0,039$) найменше включені до образу майбутньої професії у студентів четвертого курсу; на п'ятому курсі ситуація покращується у порівнянні з четвертим, проте не змінюється у порівнянні з першим курсом. Так, в малюнках символу професії психолога більшості студентів відсутній або психолог, або клієнт (інша людина), що вказує на неповний фрагментарний образ майбутньої професії та на слабку сформованість значення та смислів основних суб'єктів психологічної допомоги у майбутніх фахівців.

Надалі проаналізуємо характеристики значень «психолог» та «клієнт» у психосемантичному просторі образу професії майбутніх психологів: оригінальність осмислення та стереотипність. Для виявлення особливостей

розуміння «психолога» та «клієнта» у студентів ми застосували метод вербальних асоціацій – спрямований контрольований асоціативний експеримент (за Г.А. Мартиновичем [7]; Л.О. Городецькою [4]; В. П. Серкіним [11]; Л. Б. Шнейдер [12]), який дозволяє виявити показники оригінальності та стереотипності виділених професійних смислів. За Г.А. Мартиновичем, реакції з частотністю 2 і більше 2 вважаються стереотипними. До стереотипних реакцій також відносяться індивідуальні стереотипізовані реакції, тобто ті, які схожі за своєю граматичною структурою чи за темою на шаблонні реакції. Оригінальні, творчі реакції (одиночні відповіді, які представляють собою осмислені образи, певні думки, ідеї) зустрічаються менше, проте свідчать про те, що студенти намагаються осмислити відповідні сторони майбутньої професії.

Виявлено, що оригінальне розуміння психолога мають лише 8,37% студентів; клієнта – 12,1%. Значна динаміка оригінальності, осмисленості психолога ($\phi^* = 1,65$, при $\rho \leq 0,049$) та клієнта ($\phi^* = 2,76$, при $\rho \leq 0,002$) відбувається лише на п'ятому курсі (рис.2).

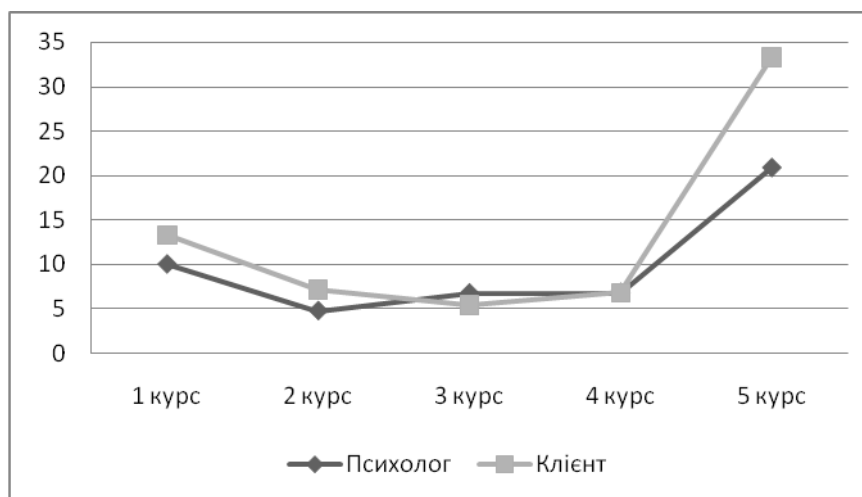


Рис.2. Динаміка осмисленості психолога та клієнта у студентів

На основі стандартизованих, тобто стійких асоціативних реакцій, відтворено семантичні поля слів-стимулів «психолог» та «клієнт» (табл.1; перший коефіцієнт визначається за формулою Клода Нобла: $K = \frac{n-1}{N}$; де n – загальна кількість реакцій, які совпали; N - загальна кількість всіх реакцій [9,

с. 177]; другий коефіцієнт (у дужках) визначається за формулою $Mwo(W_i) = (n_i - 1) / N$, де $Mwo(W_i)$ – міра входження ключового слова в семантичне поле слова W_i ; n_i - загальна кількість реакцій, які співпали; N – кількість досліджуваних).

Таблиця 1

Семантичні поля слів «психолог» та «клієнт»

<i>Психолог</i>	Помічник 0,055 (0,056)	Людина 0,037 (0,037)	Допомога 0,032 (0,032)	Лікар душі 0,027 (0,028)	Друг 0,023 (0,023)
<i>Клієнт</i>	Людина 0,068 (0,060)	Проблема 0,036 (0,032)	Дитина 0,026 (0,023)	Пацієнт 0,021 (0,018)	Друг , заблукалий, людина з проблемою, той, хто потребує допомоги 0,015 (0,014)

Так, найчастіше психолог асоціюється студентами з людиною-помічником, яка надає допомогу, проте велика кількість асоціацій на слово «психолог» містить риси надлюдини («мудрець», «знавець людських душ», «гуру», «геній», «всезнайка»). Семантичні поля слів «психолог» та «клієнт» перетинаються; спільними асоціаціями є «людина» та «друг», що вказує на розуміння окремими студентами психолога та клієнта рівноправними, партнерами. Проте, серед асоціативних реакцій студентів на слово-стимул «клієнт» найчастіше зустрічаються такі, які вказують на безпомічність клієнта («дитина», «заблукалий», «людина з проблемою»; «той, хто потребує допомоги»; «безпомічний»; «хворий»; «сліпий» тощо).

Тенденція надавання рис надлюдини психологу та розуміння клієнта, нижчого за психолога, виявляється і при аналізі предметних метафор та асоціацій майбутніх фахівців, отриманих нами при проведенні практичних занять з актуалізації та розвитку образу майбутньої професії у студентів під час різноманітних практикумів. Виявлено, що образ психолога у частини досліджуваних представлений у вигляді людської істоти (фігурка Будди, фігурка Відьми, фігурка Янгола, фігурка Єгипетського Богу, фігурка Діда

Мороза). Предметні метафори психолога досить протирічні, але їх об'єднує те, що багато з них є надлюдинами, «вищими» за звичайну людину персонажами, що мають над нею владу та є для неї покровителями. Виявилася неусвідомлена самими учасниками практичних занять надбудова зверху по відношенню до інших людей. Тим часом, образ клієнта у частини студентів представлений у вигляді тварини (мавпа, горила, маленьке зайченя, баран, цуценя тощо), людські персонажі зустрічаються, але вони часто є або негативними за своїм змістом (відьма), або передлюдинами (зародок, дитина). Так, на основі аналізу предметних метафор та асоціацій до клієнта у частини студентів виявлено зверхнє ставлення до потенційного клієнта, який є «нижчим» за психолога. Окремі асоціативні пари «психолог-клієнт» звернули на себе нашу увагу та стали прикладом маніпулятивного та зверхнього ставлення до клієнта у студентів: 1) Єгипетський Бог (психолог) та мавпа, яка зачинає свого рота руками (клієнт); 2) Відьма (психолог) та баран (клієнт); 3) Янгол (психолог) та Відьма (клієнт); 4) Будда (психолог) та камінець (клієнт) тощо. На запитання: з ким більше асоціює себе кожний учасник практичного заняття – з психологом чи з клієнтом (на основі предметних пар) – студенти (особливо молодших курсів) найчастіше зазначають, що психологами себе ще не відчують, скоріше – клієнтами, але не такими, як ті предметні метафори, якими вони позначили клієнтів, а іншими, кращими.

Завдяки аналізу малюнків символу професії психолога, в яких представлені психолог та клієнт (інша людина), ми виявили, що лише 7,16% студентів відобразили в своїх малюнках взаємодію психолога та клієнта (активним є і психолог, і клієнт) (приклади див.рис.3). Отримані результати дають нам привід констатувати, що переважна більшість майбутніх фахівців не усвідомлює для себе специфіку взаємодії між психологом та клієнтом; відсутність такого *розуміння* буде мати негативні наслідки в майбутній професійній діяльності студентів.

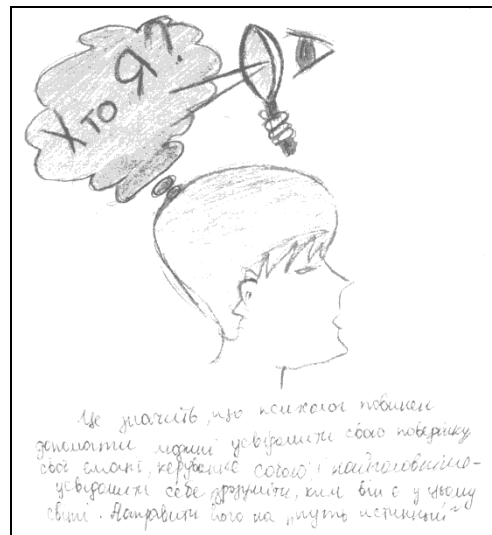
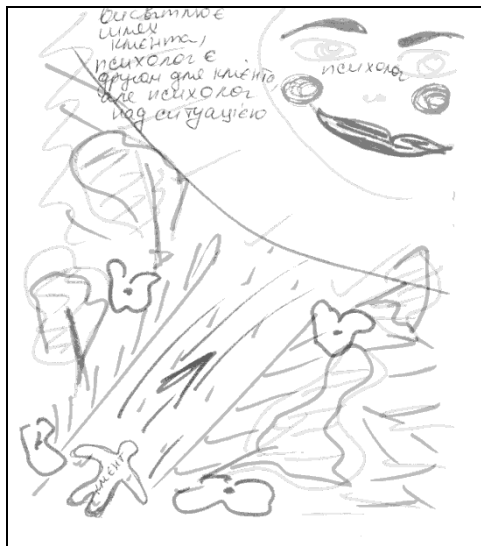


Рис. 3. Приклади взаємодії психолога та клієнта в малюнках студентів

11,04% студентів більше зосереджуються на діях психолога, при чому є малюнки, на яких зображені активний психолог і пасивний клієнт; а є такі, на яких зображений лише психолог (приклади див. рис.4). Відсутність на малюнках клієнта або зображення його пасивним свідчать, на нашу думку, про відсутність (або нечіткість) в свідомості майбутніх фахівців розуміння клієнта як важливого суб'єкта вирішення власних психологічних проблем.

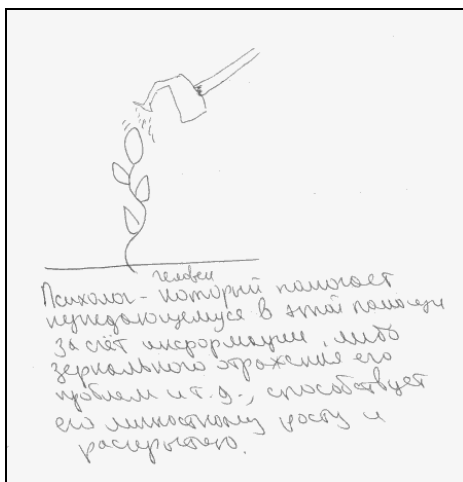


Рис.4. Приклади зображення дій психолога в малюнках студентів

Лише 4,77% студентів в просторі професії психолога більшу активність надають клієнту (приклади див.рис.5), що свідчить про

усвідомленість ними того, що клієнт є активним у взаємодії з психологом, є важливим суб'єктом вирішення власних психологічних проблем.



Рис.5. Приклади зображення активності клієнта в малюнках студентів

Так, незначна кількість студентів-психологів має розвинуті смисли психолога, клієнта та їхньої взаємодії.

Висновки. Отже, в результаті проведеного дослідження ми виявили що:

1. У більшості студентів-психологів в актуальному образі майбутньої професії не представлені основні суб'єкти психологічної допомоги – психолог та клієнт, що характеризує їхній образ професії як неповний, їхнє ставлення до обраної професії – формальним.

2. Психолог та клієнт найменше включені до образу майбутньої професії у студентів четвертого курсу, що можна пояснити розчаруванням випускників в обраній професії, відчуженням від неї на завершальному етапі навчання.

3. Розуміння студентами значень «психолог» та «клієнт» є переважно стереотипним, мало осмисленим.

4. Велика кількість майбутніх фахівців надають психологу риси надлюдини та розуміють клієнта, нижчого за психолога.

5. У більшості майбутніх психологів відсутнє розуміння клієнта як важливого суб'єкта вирішення власних психологічних проблем; клієнт сприймається як пасивний у взаємодії «психолог-клієнт».

Отже, отримані результати дослідження дозволили виявити одну з причин того, чому досвідчені психологи не завжди з повагою ставляться до клієнта, свідомо або несвідомо маніпулюють його свідомістю. Цією причиною можна вважати нерозвиненість смислів «психолог» та «клієнт» в свідомості майбутніх фахівців, низьку осмисленість взаємодії психолога та клієнта; часто неусвідомлене зверхнє ставлення до клієнта.

Перспективи подальших розвідок. Проведення аналогічного дослідження з психологами-фахівцями; здійснення порівняльного аналізу смислів «психолог» та «клієнт» в структурі психосемантичного простору образу професії фахівців та студентів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акбаева А. М. Развитие позитивного отношения к профессии у студентов педагогического вуза: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. психол. наук: спец. 19.00.07 «Педагогическая психология» / Акбаева А. М. – Ставрополь, 2004. – 21 с.

2. Бочелюк В.Й. Психологія: вступ до спеціальності: Навч.посібник / В.Й. Бочелюк, В.В. Зарицька. – К.: Центр учбової літератури, 2007. - 288 с.

3. Вачков В. И. Введение в профессию «психолог»: Учеб. пособие / В. И. Вачков, И. Б. Гриншпун, Н. С. Пряжников. – М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2004. — 464 с.

4. Городецкая Л.А. Ассоциативный эксперимент в коммуникативных исследованиях / Л.А. Городецкая // Сборник научных трудов «Теория коммуникации & прикладная коммуникация». Вестник

Российской коммуникативной ассоциации, выпуск 1 / Под общей редакцией И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. – С. 28-37.

5. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / Леонтьев А. Н. – М.: Изд-во полит. литературы, 1975. – 304 с.

6. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д. А. Леонтьев. – М.: Смысл, 2003. – 487 с.

7. Мартынович Г.А. Опыт комплексного исследования данных ассоциативного эксперимента / Г.А.Мартынович // Вопросы психологии. – 1990. – № 2. – С. 143 –146.

8. Петренко В. Ф. Основы психосемантики / Петренко В. Ф. – 3-е изд. – М.: Эксмо, 2010. – 480 с.

9. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии / В.Д. Балин, В.К. Гайда, В.К. Гербачевский и др.; под общей ред. А.А. Крылова, С.А. Маничева. – [2-е изд., доп. и перераб.] – СПб.: Питер, 2003. – 560 с.

10. Прохоров А. О. Смысловая регуляция психических состояний / Прохоров А. О. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. – 352 с.

11. Серкин В. П. Методы психосемантики: Учеб. пособие для студентов вузов / Серкин В. П. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 207 с.

12. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: структура, генезис и условия становления: дисс... доктора психол. наук: 19.00.13 / Шнейдер Лидия Бернгардовна. – М., 2001. – 327 с.