

Психологические науки

**ПСИХОЛОГО-КОНСУЛЬТАТИВНАЯ
КОМПЕТЕНЦИЯ КАК ФАКТОР
ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
ПСИХОЛОГА-КОНСУЛЬТАНТА**

Бозаджиев В.Л.

Челябинский государственный университет
Челябинск, Россия

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.

Анализ психолого-консультативной компетенции требует уточнения некоторых понятий. В работах, посвященных формированию профессиональной компетентности специалистов, чаще всего употребляются понятия «социальные компетенции» и «профессиональные компетенции». Мы же 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. и др.), «профессиональная компетенция» (Горб В.Г., Демин В.Д., Зеер Э.Ф., Плужник И.Л. и др.) отчетливо показывает, насколько тесно эти понятия взаимосвязаны по своему содержанию, насколько они взаимообусловливают 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. Следовательно, для нашего рассмотрения не имеет особого смысла дифференцировать понятия «социальная компетенция» и «профессиональная компетенция». Скорее мы должны говорить о компетенции социально-профессиональной.

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.

В ряду социально-профессиональных компетенций психолога особое место занимают психолого-консультативная компетенция. Мы рассматриваем ее как интегральное качество личности психолога, проявляющееся в 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 – важный фактор формирования имиджа психолога-консультанта. В ней в концентрированном виде отражены такие 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 – это субкомпетенции индивидуального консультирования, консультационной беседы, группового консультирования, консультирования по телефону, консультирования через Интернет, заочного консультирования (по переписке). По сферам психологического консультирования – это субкомпетенции интимно-личностного консультирования, семейного консультирования, психологопедагогического консультирования, профессионального консультирования, организационного консультирования.

Наряду с вышеперечисленными, к формирующему имидж психолога-консультанта, следует отнести субкомпетенции: безусловного принятия клиента, концентрации на его жизненной ситуации, ориентации на его нормы и ценности; различия личных и профессиональных отношений; взаимодействия консультанта и клиента; конфиденциальности, соблюдения этических норм; эмпатического понимания и др.

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 достает? Нужен реальный клиент, реальный человек, реально нуждающийся в пси-

хологической 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. Остается 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».

По мнению Р. Кочюнаса, минимальная длительность специального образования в области психологического консультирования должна быть не менее трех лет. Профессиональное становление психолога-консультанта требует несколько лет практической деятельности, в течение которых психолог обретает практический опыт, участвует в семинарах и курсах повышения квалификации, обсуждает свой практический опыт с коллегами и супervизором.

На сегодняшний день в нашей стране, к сожалению, не сложилось четкого, более или менее адекватного представления о том, кто такой психолог, психолог-консультант, чем он отличается от психиатра или психотерапевта. В случае возникновения проблемы психологического характера, далеко не каждый может решить, как ему правильно поступить. Если обратиться к психологу, то возникают вопросы - как его найти, к какому психологу-консультанту обратиться, как узнать или определить – действительно ли это тот человек, который может профессионально оказать психологическую помощь и поддержку? И еще, в случае выбора, кому лучше всего отдать предпочтение – высококвалифицированному, опытному специалисту или, менее опытному психологу, но человеку, привлекающему своими личностными качествами – добротой, приветливостью, открытостью и т.п.?

Все эти вопросы непосредственно выводят нас на проблему имиджа психолога-консультанта и, соответственно, на проблему имиджевой компетенции психолога.

Имиджевая компетенция: интегральное качество, проявляющееся в 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 готовят? 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-либо 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 работают, как правило, специалисты, работающие в сфере рекламы, PR, менеджмента, но главным образом таковыми выступают, прежде всего, высококвалифицированные психологи.

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

Одним из факторов, существенно влияющих на формирование такого имиджа, как раз и является социально-профессиональная компетентность психолога. Как показали результаты нашего исследования, людей (как возможных клиентов) привлекают в психологе, два момента – уровень его профессиональной компетентности и внешнеповеденческие характеристики. К последним относятся: настроение психолога, его парalingвистические характеристики; проксемические особенности; внешний облик; функциональные особенности; экстралингвистические особенности и др.

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.

**ГУМАНИСТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ
САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ КАК
СИТУАЦИЯ УСПЕХА**

Юртаева Н.И.

*Нижнекамский химико-технологический
институт (филиал Казанского государственного
технологического университета)*
Нижнекамск, Республика Татарстан, Россия

Российское общество в течение последних лет осуществляет сложный процесс изменений своего жизнеустройства, ориентированный на демократические преобразования. Гуманизация образования становится неотъемлемой частью обновления в высшей школе, является средством формирования у студентов общечеловеческой культуры. Скорее всего, новый тип образования предстанет как проективный в своей сущности, призванный трансформировать культуру в соответствии с теми изменениями, которые происходят в общественном развитии. Качество высшего образования является ключевым элементом при создании Зоны европейского высшего образования. Как никогда сейчас необходимо дальнейшее развитие методов, подходов и критериев обеспечения качества на всех уровнях (институциональном, национальном, европейском). Основная ответственность за обеспечение качества лежит на высших учебных заведениях.

Физико-математические науки

**ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОЙ
СТРУКТУРОЙ КАФЕДРЫ**

Добрынина Н.Ф.

*Пензенский государственный университет
Пенза, Россия*

Вопросы повышения качества преподавания математики в вузе методом прогнозирования структуры преподавательского состава кафедры были рассмотрены в статьях [1,2].

Была изучена структура преподавательского состава кафедры и получена оптимальная с точки зрения перспектив квалификации преподавателей. Была показана неизбежность роста численности преподавателей более высоких классов квалификации с известной скоростью. В статье [2] решалась задача управления ситуацией, то есть сохранения системы на том же уровне, на котором она находится. Рассмотрены условия, при которых сохраняется структура кафедры.

ниях, и это создает основу для реальной ответственности академического сообщества. Подготовка специалистов должна обеспечиваться не только высоким уровнем профессиональной компетентности преподавателя, но и условиями для развития новых технологий образования, ориентированных на развитие личности, на выявление особенностей обучающегося как субъекта, признании его субъективного опыта как самобытности и самоценности, построении педагогических воздействий с согласованием опыта индивидуального и общественного. Вступление человека в эпоху нового развития, переход к взаимодействию с помощью глобальных коммуникаций сопровождается осознанием того, что окружающий мир одновременно обладает свойствами, как целостности, так и множественности. Человеку в постоянно изменяющемся обществе предоставляется широкий диапазон выбора при решении профессиональных и личных проблем, что повышает степень индивидуальной ответственности. За счет этого усиливается ценностный, а значит – гуманитарный аспект жизни.

Требования, предъявляемые будущим специалистам в условиях происходящих перемен общества это, прежде всего, высокий уровень умений реализовать свои интеллектуальные возможности, использовать весь свой творческий потенциал для проявления инициативы и предпринимчивости, решение задач в условиях жестких механизмов рыночной экономики. Поэтому личностно-ориентированное образование, имеющее ведущим гуманистический аспект, может создать условия для полноценного проявления и развития личностных функций субъектов образовательного процесса, создать ситуацию успеха обучающегося.

Однако знание этих условий не отвечает на вопрос о том, как достичь требуемой структуры. На математическом языке возникающая задача управления формулируется как задача о достижимости и состоит в том, чтобы ответить на вопрос, как следует осуществить переход от заданной структуры

$x(0)$ к нужной структуре x^* . Теория достижимости должна показать, может ли быть достигнута структура x^* , и если да, то каким путем. Решение этих вопросов требует привлечения аппарата математического программирования и оптимизации решения задачи. Пользуясь определениями и обозначениями, введенными в статье [1], рассмотрим задачу достижимости.

В области, где структура сохраняется [2], может быть достигнута любая структура или она может быть приближена сколь угодно точно. Чтобы убедиться в этом, рассмотрим случай