

**Санкт-Петербургский государственный университет**

Выпускная квалификационная работа на тему:

**Представления о клиенте у психологов-консультантов в  
связи с их социально-демографическими характеристиками**  
по направлению подготовки 37.04.01 – Психология  
основная образовательная программа «Психическое здоровье»

Рецензент 1-ый:

Кандидат психологических наук, доцент  
Аникина В. О.

Выполнила:

Студент 2 курса  
Очная форма обучения  
Кальвик К. К.

Рецензент 2-ой:

Кандидат психологических наук  
Обидин И. Ю.

Научный руководитель:

Кандидат психологических наук, доцент  
Исурина Г. Л.

## **Аннотация**

Для изучения представлений психологов-консультантов о клиенте и взаимосвязи этих представлений с социально-демографическими характеристиками к участию в исследовании были приглашены 82 психолога-консультанта. Изучались отношения респондентов к себе и клиенту (методика «Семантический дифференциал»), личностные особенности психологов-консультантов и их представления о личностных особенностях клиентов (Гиссенский опросник), представления о причинах обращения и ожиданиях клиента (анкета «Представления о клиенте»), уровень выраженности иррациональных установок (методика А. Эллиса). Обработка данных осуществлялась с помощью многомерного дисперсионного анализа. Результаты: психологи-консультанты с основным образованием имеют более благоприятное отношение к клиенту, чем респонденты, прошедшие переподготовку, представляют его более активным, привлекательным и наделенным большими социально желательными характеристиками. Психологи-консультанты со стажем работы менее 3х лет имеют менее благоприятное отношение к клиенту, чем респонденты с большим опытом, представляют его более пассивным, в большей степени зависимым от внешних обстоятельств и оценок, более тревожным. Психологам-консультантам в возрасте старше 40 лет в большей степени, чем респондентам в возрасте до 40 лет, свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента и его большей склонности к состоянию подавленности. Таким образом, представления психологов-консультантов о клиенте различаются в зависимости от образования, стажа и возраста.

## **Abstract**

### **Psychologists' perceptions of a client in connection to their social and demographic characteristics**

For the study of the counseling psychologists' perceptions of a client in connection to their social and demographic characteristics 82 psychologists were invited for participation. The study utilizes a number of methods: the method of semantic differential that focuses on the respondents' relation to themselves and a client, Giessen Personality Inventory that studies the psychologists' personality traits and their perceptions of the client's personality traits, self-authored questionnaire on the psychologists' perceptions of the client's motives and expectations, and the Albert Ellis test on irrational beliefs. Data processing has been implemented by means of multivariate analysis of variance. According to the study's results, counselors with a university degree in psychology have a more favorable attitude towards a client than those who received the degree via continuing education course. The former perceive a client as being more active, attractive and socially adaptable. Counselors with less than three years of professional experience have a less favorable attitude towards a client than more experienced respondents. The former perceive a client as being more passive, anxious and dependent on external circumstances and evaluations. Counselors older than forty years old tend to perceive a client as being less socially attractive and more inclined to having a depressive mood. Therefore, the counseling psychologists' perceptions of a client differ according to their education, professional experience, and age.

## **Содержание**

Generating Table of Contents for Word Import ...

## **Введение**

Психологическое консультирование является одной из важнейших сфер деятельности практических психологов. Несмотря на то, что психологическое консультирование в должной мере не изучено с точки зрения его психологических эффектов в соответствии с современными требованиями проведения эмпирических исследований эффективности, анализ практического опыта и ряд исследований подтверждают его несомненную пользу (Lambert M. J., 2001, 1994). Отвечая на вопрос, какие факторы приводят к улучшению состояния клиента в процессе психологического консультирования, специалисты и исследователи объединили факторы в две группы: специфические факторы, связанные с основными теоретическими направлениями в психологии, и факторы, взаимосвязанные с личностью психолога-консультанта и терапевтическим контактом, которые в литературе получили название общих факторов (Wampold B. E. et al., 1997). Доказательства взаимосвязи между эффективностью психологического консультирования и методом консультирования отсутствуют, так как применение или исключение отдельных техник психологического консультирования, не влияет на результат (Wampold B. E. et al., 1997, Ahn H. and Wampold B.E., 2001). Последующие исследования J. Drisko (2004), D. H. Sprenkle et al. (2004), A. J. Blow et al. (2007) подтверждают, что общие факторы имеют существенное значение для результата психологического консультирования. В. Е. Wampold et al. (2015) разработали контекстуальную модель общих факторов психологического консультирования, в которой первым шагом к положительным изменениям является установление контакта между психологом-консультантом и клиентом.

Мета-анализ S. A. Baldwin and Z. E. Imel (2013), в котором было проанализировано 46 исследований (1 281 психологов-консультантов и 14 519 клиентов), позволил сделать вывод, что результат консультирования взаимосвязан с личностью психолога-консультанта в 5% случаев. Исследование К. М. Laska et al. (2013), в котором изучались психологи-консультанты,

практикующие в клинике для лечения посттравматических стрессовых расстройств и имеющие одинаковую теоретическую подготовку, обнаружило, что положительный результат консультирования взаимосвязан с личностью психолога-консультанта в 12% случаев. Мета-анализ А. О. Horvath et al. (2011), включающий результаты 201 исследования, показал, что отношения между психологом-консультантом и клиентом определяют результат психологического консультирования в среднем в 7,5% случаев.

Исследование J. C. Okiishi et al. (2003, 2006) выявило, что у эффективных психологов-консультантов средний показатель улучшения состояния пациентов составляет 22%. Т. Anderson et al. (2007) изучали способности психологов-консультантов, принимавших участие в предыдущем исследовании J. C. Okiishi et al. (2003, 2006), к межличностному общению с помощью методики Facilitative Interpersonal Skills (FIS) Performance Task. Результаты свидетельствуют о значимой связи между позитивным результатом и высокими значениями показателей эмоциональной экспрессивности, способности к убеждению, теплоты и эмпатии. Рандомизированное контролируемое исследование Т. Anderson et al. (2016) было направлено на изучение способности психологов-консультантов к межличностному общению, уровня их профессиональной подготовки и взаимосвязи этих показателей с терапевтическим альянсом и результатом психологического консультирования. Это исследование показало, что существует значимая связь между высоким показателем способности к межличностному общению у психологов-консультантов и позитивным результатом консультирования.

Таким образом, в ряде исследований установлено, что личность психолога-консультанта, в частности, способности к установлению межличностных отношений, является существенным фактором, определяющим эффективность терапевтического альянса и эффективность процесса консультирования.

Очевидно, что психологи-консультанты устанавливают отношения с клиентом не только благодаря своим способностям к межличностному

общению, но и основываясь на своих представлениях о клиенте. Адекватность представления психолога-консультанта о клиенте является важной составляющей терапевтического контакта и, следовательно, взаимосвязана с результатом психологического консультирования. Таким образом, установление контакта между психологом-консультантом и клиентом взаимосвязано с социальной перцепцией и с представлениями об обобщенном образе клиента, которые, в свою очередь, основаны на синтезе предыдущего опыта психолога-консультанта и связаны с его личностными характеристиками и отношением к клиенту.

Исследование J. Rosenkrantz and T. L. Morrison (1992), в котором изучались личностные характеристики психологов-консультантов и представления о себе и клиенте в лечении лиц с пограничным личностным расстройством, обнаружило, что психологи-консультанты, которые склонны к депрессии и испытывают такие чувства как одиночество, страх отвержения, зависимость и потребность в общении, не способны быть в контакте с клиентами, испытывающими похожие переживания и по этой причине представляют их негативно. Изучение влияния массы тела и статуса работы на представления психологов-консультантов о клиентах выявило, что клиенты, имеющие лишний вес и занимающие низкую должность, оцениваются как имеющие больше негативных характеристик (Pascal B. et al., 2012).

Представления психологов-консультантов о себе (как личности и профессионале) и клиенте изучались Н. И. Олифирович и Ю. М. Солодуха (2013). Ученые пришли к выводу, что содержание образа клиента является противоположным профессиональному и актуальному «образам Я» психолога-консультанта; была выявлена тенденция психологов-консультантов компенсировать неадекватность «образа Я» посредством перемещения отвергаемых характеристик в образ клиента с использованием механизмов проекции. Кроме этого, авторы выявили компенсаторную стратегию психологов-консультантов, направленную на формирование представления о

своем «профессиональном Я» как образе, более гармоничном по сравнению с «реальным Я» (Олифирович Н.И. и др., 2013).

Таким образом, представления психологов-консультантов о клиенте могут быть основаны на их личностных характеристиках и предубеждениях. Необходимо отметить, что исследований, изучающих представления психологов-консультантов о клиенте крайне мало. Кроме того, в этих исследованиях не изучается взаимосвязь представлений об образе клиента с социально-демографическими характеристиками психологов-консультантов. Однако, достижение положительного результата в общении связано с адекватным чувственным отражением друг друга общающимися субъектами, накоплением и правильным обобщением ими информации друг о друге (Бодалев А. А., 1982).

В связи с вышеизложенным изучение представлений психологов-консультантов о клиенте является актуальным. Подобные исследования могли бы способствовать повышению эффективности процесса психологического консультирования, поскольку изучение представлений психологов-консультантов об образе клиента в связи с их социально-демографическими характеристиками может быть основой для совершенствования подготовки психологов-консультантов и более глубокому пониманию содержания самого процесса консультирования.

**Целью** настоящего исследования является изучение взаимосвязей социально-демографических характеристик психологов-консультантов с их представлениями о клиенте.

**Основные задачи** исследования состояли в следующем:

1. Изучение отношений психологов-консультантов к себе, клиенту и своей работе.
2. Изучение личностных характеристик психологов-консультантов и их представлений о личностных особенностях клиентов.
3. Изучение представлений психологов-консультантов о причинах обращения, ожиданиях, личности клиента и процессе консультирования.



4. Изучение уровня выраженности иррациональных установок у психологов-консультантов.

5. Выявление взаимосвязи между социально-демографическими характеристиками психологов-консультантов и представлениями о клиенте.

**Гипотезы исследования:**

1. Представления о клиенте психологов-консультантов, имеющих разную профессиональную подготовку, различный стаж практической деятельности и работающих в разных структурах, будет различаться.

2. Психологи-консультанты представляют своего обобщенного клиента как существенно отличающегося от себя самого.

**Объект исследования:** представления о клиенте психологов-консультантов.

**Предмет исследования:** отношения психологов-консультантов к себе, клиенту и своей работе, представления психологов-консультантов о личностных характеристиках, ситуации и ожиданиях клиента, личностные характеристики психологов-консультантов.

Для решения поставленных задач использовались следующие **методики:**

1. Методика «Семантический дифференциал».
2. Гиссенский личностный опросник.
3. Анкета «Представления о клиенте», разработанная для настоящего исследования.
4. Методика для изучения иррациональных убеждений А. Эллиса.

Статистическая обработка проводилась с применением многомерного дисперсионного анализа и описательных статистик.

**Теоретическая значимость** исследования состоит в углублении представлений о механизмах формирования образа клиента у психологов-консультантов; об особенностях восприятия консультантом личности клиента, его ситуации и его ожиданий как факторов, влияющих на установление отношений, необходимых для оптимизации процесса психологического

консультирования; а также в развитии представлений о влиянии ряда социально-демографических характеристик психологов-консультантов (уровень образования, стаж профессиональной деятельности, условия работы и возраст) на восприятие клиента.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности использования полученных результатов в процессе подготовки психологов-консультантов, прежде всего, при преодолении существующих стереотипов в восприятии клиента и формировании более адекватного образа клиента. Результаты исследования могут также способствовать повышению эффективности психологического консультирования за счет учета особенностей восприятия консультантами лиц, обращающихся за помощью, а также способов установления терапевтических отношений, влияющих на эффективность психологического консультирования. Практическая значимость исследования обусловлена также тем, что в настоящее время в Российской Федерации идет обсуждение проекта Федерального Закона «О психологической помощи населению в Российской Федерации», в котором определяется, что оказывать психологическую помощь может только консультант, имеющей высшее психологическое образование (с уровнем профессиональной подготовки не ниже специалиста). Таким образом, изучение различий в представлениях о клиенте психологов-консультантов, имеющих основное психологическое образование, и прошедших профессиональную переподготовку по специальности психология, является также актуальным и может иметь практическую значимость.

**Научная новизна** исследования заключается в изучение взаимосвязей социально-демографических характеристик психологов-консультантов с их представлениями о клиенте. Впервые изучены особенности представлений о клиенте в связи с образованием психологов-консультантов, стажем, условиями работы и возрастом.

## **Глава 1. Обзор литературы**

### **1.1 Понятие психологического-консультирования**

Психологическое консультирование – особый вид оказания психологической помощи. Эта область психологической практики возникла из психотерапии в ответ на потребности людей, не имеющих клинических нарушений, однако нуждающихся в помощи психологического характера – в решении проблем, связанных с трудностями в адаптации к внешним или внутренним условиям и сложностями в межличностных отношениях (Кочюнас Р., 2014). Главной целью психолога-консультанта является помощь клиенту в осознании, что он есть тот человек, который должен принимать решения, действовать, приносить изменения и актуализировать свои способности (Кочюнас Р., 2014). В понимании К. Роджерса (1999), психологическое консультирование представляет собой определенным образом структурированное, свободное от предписаний взаимодействие, которое позволяет клиенту достичь осознания самого себя и осуществить позитивные изменения своей личности.

В отечественной психологии психологическое консультирование традиционно рассматривается как процесс, направленный на помощь человеку в разрешении или поиске путей разрешения возникающих у него проблем и затруднений психологического характера (Карвасарский Б.Д., Исурина Г.Л., 2006; Исурина Г. Л., 2012). Продолжая свою мысль, авторы выделяют три основных подхода к психологическому консультированию:

а) проблемно-ориентированное консультирование, фокусирующееся на анализ сущности и внешних причин проблемы, поиск путей разрешения;

б) личностно-ориентированное консультирование, направленное на анализ индивидуальных, личностных причин возникновения проблемных и конфликтных ситуаций и путей предотвращения подобных проблем в будущем;

в) консультирование, ориентированное на выявление ресурсов для решения проблемы.

В понимании М. А. Гулиной (2000), психологическое консультирование – это процесс отношений между психологом-консультантом, обладающим необходимыми качествами и навыками, и направляющим свое внимание на помощь клиенту в поиске внутренних ресурсов, необходимых для решения психологических проблем. Ю. Е. Алешина (1999) определяет психологическое консультирование как непосредственную работу с клиентом, направленную на решение психологических проблем, связанных с трудностями в межличностных отношениях, где основным средством воздействия является определенным образом построенная беседа.

Соотношение понятий «психологическое консультирование» и «психотерапия» обсуждаются в литературе. В настоящее время не существует единого определения психотерапии (Нельсон-Джоунс Р., 2000; Карвасарский Б.Д., Исурина Г.Л., 2006; Исурина Г. Л., 2012 и др.). Отечественная традиция определяет психотерапию прежде всего как метод лечения, то есть психотерапия входит в компетенцию медицины, зарубежные определения психотерапии в большей степени подчеркивают ее психологические аспекты. Авторы уточняют, что личностно-ориентированное консультирование по своей направленности близко к психотерапии и провести четкую границу между этими понятиями сложно (Карвасарский Б.Д., Исурина Г.Л., 2006; Исурина Г. Л., 2012).

Позиция вышеупомянутых авторов перекликается со взглядами Н. Л. Горобец (2008), которая пишет, что в настоящее время в отечественной традиции не существует единого определения психотерапии, что обусловлено разнообразием направлений, основанных на различных теоретических подходах, одни из них четко относят психотерапию к медицине, другие акцентируют внимание на психологических аспектах. В настоящее время в России профессия психотерапевта законодательно закреплена в качестве суб-специальности в психиатрии, что совсем не в полной мере отражает сложившуюся ситуацию в этой области. Автор дополняет, что в последние

десятилетия происходила активная экспансия психотерапии и её методов в неклиническую среду, в частности в практическую психологию (Горобец Н. Л., 2008; Горобец Н.Л., Махнач А.В., 2003). Согласно Н. Л. Горобец (2008), в настоящее время в отечественной науке и практике происходит поиск более гибкой интегративной психотерапевтической модели. Продолжая свою мысль, автор уточняет, что одной из существенных предпосылок развития интегративного подхода является изучение общих факторов психотерапии, характерных для ее различных направлений, форм и методов.

Р Кочюнас (2014) также пишет о сложности в разграничении психологического консультирования и психотерапии, так как в этих двух сферах психологической помощи используются те же самые профессиональные навыки, требования предъявляемые к личности психолога-консультанта и психотерапевта идентичны, процедуры тоже подобны и помощь клиенту/пациенту основывается на взаимодействии с консультантом/психотерапевтом. Продолжая свою мысль, автор уточняет, что область консультирования включает в основном ситуационные проблемы, решаемые на уровне сознания и возникающие у психически здоровых людей; область психотерапии включает глубокий анализ проблем с ориентацией на бессознательные процессы, структурную перестройку личности; деятельность, включающая вопросы между данными полюсами, по мнению автора, можно назвать как психологическим консультированием, так и психотерапией (Кочюнас Р., 2014).

Таким образом, в данном исследовании под термином «психологическое консультирование», подразумевается, что это понятие синонимично понятию «психологическая психотерапия» и определяется как процесс оказания психологической помощи профессиональным психологом-консультантом клиенту, не имеющему психических расстройств, в решении задач и/или трудностей психологического характера, посредством личностных изменений. Когда речь идет о психологическом консультировании, направленном на

личностные изменения, то в качестве теории консультирования выступает теоретическая психология, в частности, психология личности.

## **1.2 Личность психолога-консультанта**

### **1.2.1 Изучение личности психолога-консультанта в российской психологии**

В отечественной науке уделено внимание изучению социально-демографических и личностных характеристик психолога-консультанта и психотерапевта. Исследования направлены на теоретическое описание личности психотерапевта в контексте истории развития психотерапии (Карвасарский Б.Д., Исурина Г.Л., 2006); изучение взаимоотношений между психотерапевтом и пациентом, соотношение личностных характеристик психотерапевта и эффективности лечения (Ташлыков В. А., 1984); изучение представлений о личностных особенностях (Савченко и др., 2015; Караваева Т. А., 2003; Шатрова О. В., 1996) и профессиональной деятельности (Горобец Н. Л., 2007, 2008; Махнач А. В., 2003, 2010) психологов-консультантов и психотерапевтов. Меньшее внимание уделено изучению представлений психологов-консультантов о себе и клиенте (Олифинович Н.И. и др., 2013; Жилина Э. В., 2012).

Согласно В. А. Ташлыкову (1984), в области психотерапии взаимоотношения врача и пациента приобретают особое значение, где они выступают в качестве одного из наиболее значимых факторов лечения, от которого зависит его успех в целом. В процессе психотерапии врач привносит во взаимоотношение с пациентом своеобразие своей личности, собственной системы ценностей, предпочитаемых теоретических ориентации и психотерапевтических техник (Ташлыков В. А., 1984).

Исследуя роль перцепции в контакте врача и больного, В. А. Ташлыков (1984) пишет, что степень адекватности самовосприятия врача влияет на особенности его восприятия личности пациента и оценки ситуации общения в

целом. Для терапевтически эффективного взаимодействия, обеспечивающего коррекцию нарушенных форм поведения и переживаний пациента, врачу необходимо строить процесс терапии таким образом, чтобы исключалась возможность поддержки имеющихся нарушений. Автор уточняет, что такие свойства личности врача как эмпатия и искренность или открытость могут определять его способность к правильному восприятию себя и пациента, что влияет на оптимальность терапевтического контакта и, таким образом, на эффективность лечения (Ташлыков В. А., 1984).

В статье, написанной Н.И. Олифирович и Ю. М. Солодуха (2013), изложены результаты исследования представлений психологов-консультантов о себе как личности и профессионале, и о клиенте. Авторами описаны данные, полученные с помощью методики «Диагностика межличностных отношений» в адаптации Л.Н. Собчик у студентов психологического факультета и психологов социально-психологических служб вузов. Ученые пришли к выводу, что содержание образа клиента является противоположным профессиональному и актуальному «образам Я» психолога-консультанта; установили тенденцию психологов-консультантов компенсировать неадекватность «образа Я» посредством перемещения отвергаемых характеристик в образ клиента с использованием проективных механизмов. То есть, если клиент представляется психологам-консультантам зависимым, покорным, но при этом искренним, то свой образ профессионала и личности характеризуется ответственностью, дружелюбностью, готовностью помогать окружающим, уверенностью в себе (Олифирович Н.И. и др., 2013). Кроме этого, авторы выявили компенсаторную стратегию психологов-консультантов, направленную на формирование представления о своем «профессиональном Я» как образе, более гармоничном по сравнению с «реальным Я» (Олифирович Н.И. и др., 2013).

В статье Э. В. Жилиной (2012) исследуется представление о клиенте психологов-консультантов, работающих в службе «телефон доверия». Автор определяет роль аудиального образа клиента в деятельности консультанта и выявляет общую психологическую структуру аудиального образа клиента. Э. В.

Жилина (2012) приходит к выводу о влиянии целей и задач профессиональной деятельности на содержание и структуру аудиального образа клиента и о взаимосвязи симптомов профессионального «выгорания» психологов-консультантов и особенностей восприятия клиента.

В исследовании Т. Н. Савченко, М. Н. Картавцева, Г. М. Головина (2015) изучается взаимосвязь личностных особенностей экзистенциального психолога-консультанта с образом себя как профессионала. Выявлены важные качества экзистенциального психолога-консультанта необходимые для его успешной работы: саморефлексия, эмоциональная зрелость и устойчивость, ответственность, эмпатия, коммуникативная компетентность, высокий интеллект, чувство юмора, свобода от серьезных характерологических расстройств. Ведущим фактором, характеризующим образ экзистенциального психолога-консультанта, является его способность к глубинной интеграции и внутренней переработке личного и профессионального жизненного опыта, оцениваемого как необходимый и достаточный ресурс для поддержки, принятия, осознанного совместного бытия с клиентом (Савченко Т. Н. и др., 2015).

В исследовании, проведенным Н. Л. Горобец (2008), установлены следующие схожие личностные особенности российских психотерапевтов с базовым психологическим и медицинским образованием: реалистичность, ориентация на жизненный опыт, способность открыто выражать свои эмоции, гуманность, благожелательность, терпимость, консервативность, ориентация на результат, ответственность, высокие интеллектуальные способности. Изучение личностных особенностей психотерапевтов с медицинским образованием выявило, что они характеризуются высоким уровнем интеллекта и средним уровнем эмпатии, настойчивость и способностью решать абстрактные задачи. В то же время у психотерапевтов отмечаются недостаточно выраженный интерес к общественным стандартам и пониженные усилия в выполнении общественных норм и требований, скептическое отношение к моральным ценностям (Караваева Т. А., 2003).



На базе факультета психологии СПбГУ в рамках выпускных квалификационных работ изучалось влияние личностных особенностей на взаимодействие консультант-клиент. А. В. Герберсгаген (2008; научный руководитель Ковалева Ю. Л.) исследуя взаимосвязь представлений о психологическом консультировании и особенностей личности, пишет, что особенности личности влияют на процесс консультирования. Автор уточняет, что важными в практической деятельности являются такие качества консультанта, как опыт и хорошее знание им собственных достоинств и недостатков, профессиональная зрелость и устойчивость к профессиональному выгоранию. Я. В. Богатушина (2014; научный руководитель Ковалева Ю. Л.), исследуя тему личностных особенностей и представления о психологической помощи в связи с субъективным запросом, пишет, что особенности личности психолога-консультанта и клиента, характер взаимоотношений между ними играют важную роль в процессе решения проблемы измерения эффективности психологического консультирования.

На основании изложенного можно сделать заключение, что психологи-консультанты как с основным психологическим, так и с базовым медицинским образованием, склонны к положительной самохарактеристике. У психологов-консультантов, работающих в социально-психологической сфере, содержание образа клиента является противоположным профессиональному и актуальному «образам Я» и существует тенденция компенсировать неудовлетворенность «образом Я» посредством перемещения нежелательных характеристик в образ клиента с использованием проективных механизмов. При этом в литературе содержится положение, что адекватное восприятие психотерапевтом себя и пациента влияет на оптимальность терапевтического контакта и, следовательно, на эффективность лечения. Таким образом, исследования социально-демографических характеристик (таких как образование и условия работы) и личностных особенностей психологов-консультантов проводятся, но многие вопросы не освещены в должной мере.

## **1.2.2 Изучение личности психолога-консультанта в зарубежной психологии**

В зарубежной науке теоретическое описание личности психолога-консультанта содержится в учебной литературе по психологическому консультированию (Corey G., 2009; Corey M., Corey G., 2011; Gladding S.T., 2012; Kottler J. A., 2010). Для разных направлений психологического консультирования характерны различные акценты в оценке значимости личностных качеств психологов-консультантов и психотерапевтических техник, применяемых для эффективности консультирования.

Зарубежные исследования, изучающие личность психолога-консультанта, ведутся преимущественно по следующим направлениям:

Взаимосвязь социальных-демографических характеристик (профессиональная подготовка и условия работы) и личностных характеристик психолога-консультанта с эффективностью процесса психологического консультирования (Lambert M. J., 2013, 2001 1994; Luborsky L. et al., 2002, 1985; Owen J. et al., 2015; Slone N. C. et al., 2015; Aveline M., 2005).

Взаимосвязь способности психолога-консультанта устанавливать терапевтический контакт и поддерживать эффективные терапевтические отношения с позитивным результатом психологического консультирования (Wampold B. E. et al., 2015, 2005, 2002, 1997; Baldwin S. A. et al., 2013, 2007; Laska K. M., et al., 2013; Schneider K., 2015).

Взаимосвязь личностных особенностей психологов-консультантов с теоретической ориентации, то есть соотношение психологов-консультантов, практикующих в рамках поведенческого направления и психодинамического направления, включая экзистенциально-гуманистическое (Arthur A. R., 2001, 2000; Scandell D. J., 1997; Dodd N. et al., 2006; Topolinski S. et al., 2007; Varlami E. et al., 2007).

Меньше внимания в научной литературе уделено изучению восприятия психологом-консультантом образа себя и представления об образе клиента и

процессе консультирования (Orlinsky D. E. et al., 2001; Ramnero J. et al., 2007; Servais L. M. et al., 2007; Pascal B. et al., 2012).

Польза психологического-консультирования широко доказана (Lambert M. J., 2001, 1994). Исследования I. Gava et al. (2007), S. G. Hofmann and J. A. Smiths (2008), в которых сравнивались клиенты, страдающие от расстройств настроения, расстройств личности и невротических расстройств, связанных со стрессом, получающие психологическую помощь и не проходящие лечение, показали высокую эффективность психологического консультирования. Данные исследований сообщают, что примерно 65% клиентов, которые получают психологическую помощь, отмечают положительные изменения своего состояния (Lambert M. J., 2013).

Отвечая на вопрос, какие факторы приводят к улучшению состояния клиента во время психологического консультирования, ученые объединили факторы в две группы: специфические факторы, связанные с основными теоретическими направлениями в психологии, и факторы, взаимосвязанные с личностью психолога-консультанта и терапевтическим альянсом – в литературе они получили название общих факторов. Согласно мета-анализу В. Е. Wampold et al. (1997), нет доказательств взаимосвязи между эффективностью психологического-консультирования и методом консультирования. Ученые пришли к такому заключению, проанализировав 277 исследований, в которых сравнивались два или более метода консультирования. Н. Ahn and В. Е. Wampold (2001) сделали вывод, что применение или исключение отдельных техник психологического консультирования в процессе консультирования, не влияет на результат, то есть эффективность психологического-консультирования не определяется теоретической парадигмой. Последующие исследования J. Drisko (2004), D. H. Sprenkle et al. (2004), A. J. Blow et al. (2007) подтверждают, что общие факторы имеют существенное значение для результата психологического консультирования. В. Е. Wampold (2015), В. Е. Wampold et al. (2015) была разработана контекстуальная модель общих факторов в

психологическом консультировании, в которой первым шагом к положительным изменениям в консультировании является установление контакта между психологом-консультантом и клиентом.

Первые доказательства значительной разницы в эффективности работы психологов-консультантов были изложены в исследовании, проведенном D. E. Orlinsky and K. I. Howard в 1980 году. В 1985 году, анализируя различный результат лечения группы пациентов, страдающих от наркотической зависимости, несколькими психотерапевтами, работающими с использованием полностью одинаковых методов, L. Luborsky et al. (1985) заключили, что разница в результате лечения может быть связана с особенностями личности психотерапевта. Три качества были выделены учеными как наиболее важные: профессиональное мастерство и вовлеченность в процесс консультирования, «чистота» используемых техник психологического консультирования, качество отношений между психологом-консультантом и клиентом. В 2002 году L. Luborsky et al. повторили исследование и пришли к тому же заключению.

Мета-анализ, проведенный P. Crits-Christoph and J. Mintz (1991), P. Crits-Christoph et al. (1991), в котором авторы проанализировали 15 исследований, представил дополнительные данные, подтверждающие взаимосвязь позитивного результата консультирования и личности психолога-консультанта. Согласно этим ученым, в среднем психолог-консультант влияет на эффективность консультирования в 9% случаев. Согласно L. E. Beutler et al. (2004), личностные характеристики психолога-консультанта определяют от 10% до 20% результата консультирования. Мета-анализ S. A. Baldwin and Z. E. Imel (2013), в котором было проанализировано 46 исследований с 1 281 психологами-консультантами и 14 519 клиентами, заключил, что результат консультирования взаимосвязан с личностью психолога-консультанта в 5% случаев. Исследование K. M. Laska et al. (2013, 2014), изучающее психологов-консультантов, практикующих в клинике для лечения посттравматических стрессовых расстройств и имеющих одинаковую теоретическую подготовку, обнаружило, что позитивный результат консультирования взаимосвязан с

личностью психолога-консультанта в 12% случаев. Похожие результаты были получены и в исследовании J. Owen et al. (2015) и D. K. Marcus et al. (2014). Согласно авторам, личность психолога-консультанта имеет существенное значение в оценке эффективности психологического-консультирования. S. J. Blatt et al. (1996) обнаружили значительное отличие в эффективности психологов-консультантов, при этом позитивный результат лечения обусловлен личностными характеристиками психологов-консультантов и независим от их профессионального стажа и условий работы. Исследования, проведенные J. C. Okiishi et al. (2003, 2006), показали, что у эффективных психологов-консультантов средний показатель улучшения состояния клиентов 22%. Кроме этого, авторы отмечают, что позитивный результат консультирования достигается за счет личностных характеристик психологов-консультантов и независим от уровня и типа подготовки, используемого ими теоретического направления и их пола.

Приведенные данные позволяют сделать вывод, что личностные характеристики психолога-консультанта, как правило, способности к межличностному общению, являются значимой составляющей эффективного консультационного процесса и влияют на результат психологического-консультирования.

Продолжением исследований о взаимосвязи личностных особенностей психолога-консультанта с результатом консультирования является изучение терапевтического альянса и взаимосвязи отношений между психологом-консультантом и клиентом и эффективности процесса консультирования. Продолжая исследования J. C. Okiishi et al. (2003, 2006), T. Anderson et al. (2007) пригласили участников исследований выполнить методику Facilitative Interpersonal Skills (FIS) Performance Task. Благодаря этому опроснику стало возможно исследовать такие способности к межличностному общению психологов-консультантов как эмоциональная экспрессивность, убедительность, теплота, эмпатия, способность устанавливать контакт и

фокусироваться на запросе. Полученные данные свидетельствуют о значимой связи между позитивным результатом психологического-консультирования и высоким показателем методики FIS, то есть высокой способностью к межличностному общению. Рандомизированное контролируемое исследование T. Anderson et al. (2016) изучало способности к межличностному общению психологов-консультантов (FIS), их уровень профессиональной подготовки и взаимосвязь этих показателей с терапевтическим альянсом и результатом консультирования. Согласно с данными, полученными в результате исследования, существует значимая связь между высоким показателем способности к межличностному общению у психологов-консультантов и положительным результатом консультирования. Существенной взаимосвязи между профессиональной подготовкой и результатом процесса консультирования не было обнаружено.

Согласно N. C. Slone and J. Owen (2015), J. C. Norcross and B. E. Wampold (2011), L. G. Castonguay et al. (2006) взаимоотношения психолога-консультанта и клиента или терапевтический альянс – это главный фактор, определяющий положительный результат психологического-консультирования. Как правило, в исследованиях, посвященных изучению взаимоотношений между психологом-консультантом и клиентом, альянс определяется как степень доверия между консультантом и клиентом и их согласие о цели и методах консультирования (Bordin E. S., 1979). Мета-анализ A. O. Horvath et al. (2011), включающий 201 исследование, подтверждает, что отношения между психологом-консультантом и клиентом, определяют результат психологического консультирования в среднем в 7,5% случаев. Взаимосвязь между терапевтическим альянсом и результатом консультирования является постоянной независимо от дизайна исследования и метода консультирования (C. Fluckiger et al., 2012). Исследование Jr D. M. Kivlighan et al. (2015) о взаимосвязи терапевтического альянса и результата психологического консультирования, проводившееся посредством изучения представлений психолога-консультанта и клиента друг о друге и о характере взаимоотношений, позволяет авторам сделать заключение,

что фактором, объясняющим влияние альянса на эффективность консультационного процесса, являются личностные особенности психолога-консультанта. I. Bennun and K. Hahlweg (1986) отметили важность способности к межличностному общению психолога-консультанта в бихевиоральной терапии.

Было проведено исследование, анализирующее взаимосвязь между типом привязанности психолога-консультанта и клиента и терапевтическим альянсом. S. Vucci et al. (2016) пришли к выводу, что небезопасный тип привязанности у консультанта может негативно влиять на терапевтические отношения с клиентами, которые демонстрируют несколько симптомов.

Исследование, проведенное с участием 15 психологов-консультантов и 51 клиента, изучало эмоциональное состояние психолога-консультанта и клиента перед сессией, восприятие терапевтического альянса и результата встречи после окончания консультации, всего было проанализировано 1 172 сессий. Хорошее настроение психолога-консультанта до начала сессий положительно коррелировало с эффективностью консультационного процесса по данным, полученным от клиента и психолога-консультанта (Chui H. et al., 2016).

Исследования, направленные на изучение влияния личностных характеристик психолога-консультанта на построение взаимоотношений с клиентом и выявление взаимосвязи терапевтического альянса с результатом процесса консультирования, выявили, что эпистемологический стиль психолога-консультанта значительно определяет такой аспект терапевтического альянса, как установление контакта – психологи-консультанты с конструктивистской эпистемологией склонны устанавливать терапевтические отношения, которые характеризуются принятием и заботливым участием к клиенту (Lee J. A. et al. 2013). Кроме этого, определенные личностные особенности консультанта способствуют установлению позитивных отношений с клиентом, например, добросердечность, честность и аккуратность в интерпретациях (Ackerman S. J. et al. 2001, 2003).

К. Schneider (2015), исследуя личность консультанта, полагает, что присутствие, понимаемое автором как сочетание доброжелательной открытости, заботливого участия, поддержки и чувствительности консультанта по отношению к клиенту, является основополагающим фактором эффективности психологического консультирования. Понимание автором термина присутствие тождественно определению J. Bugental (1992) и R. May (1961). Продолжая свою мысль, ученый пишет, что присутствие консультанта с клиентом «здесь и теперь», необходимо для обеспечения эмпатии и взаимоотношений сотрудничества, наличия смысла и надежды в консультационном процессе. Похожее положение высказано J. D. Geller et al. (2010, 2002), на основании исследования авторы полагают, что присутствие консультанта «здесь и теперь» является основным условием психологического консультирования. Данные, полученные J. D. Geller et al., (2010, 2002), согласуются с результатами исследования К. Schneider et al. (2014), установившего, что присутствие консультанта в процессе работы с клиентом, ключевой фактор в осуществлении экзистенциально-гуманистического консультирования.

В рамках гуманистического направления в психотерапии вопросы взаимоотношения консультанта и клиента детально разработаны в клиент-центрированной психотерапии К. Роджерса. Согласно триаде К. Роджерса (1994) консультант во взаимоотношениях с клиентом должен обладать следующими характеристиками личности: консультант конгруэнтен в отношениях с клиентом, переживает безусловную положительную оценку по отношению к клиенту и эмпатически воспринимает клиента. Конгруэнтность психолога-консультанта связана с адекватностью «Я-концепции», то есть, как он видит свои актуализированные свойства («Я-реальное») и свой потенциал («Я-идеальное»).

На основании приведенных данных возможно сделать вывод, что определенные личностные характеристики и адекватная «Я-концепция» психолога-консультанта способствуют установлению хороших терапевтических



отношений с клиентом и, таким образом, являются одним из факторов, влияющих на результат психологического консультирования.

Научные исследования о соотношении личности психолога-консультанта и теоретической ориентации (Arthur A. R., 2000, 2001; Scandell D. J. et al., 1997; Ciorbea I. et al., 2012; J. A. Lee et al., 2013), установили взаимосвязь личностных характеристик психолога-консультанта и его когнитивно-эпистемологических черт с определенной теоретической парадигмой. Исследование А. R. Arthur (2000, 2001) подтверждает выдвинутую ученым гипотезу, что у психологов-консультантов, работающих в когнитивно-бихевиоральном направлении, значительно доминируют следующие черты личности: рациональность, объективность, оптимизм, уверенность, настойчивость и экстравертированность; у консультантов, работающих в рамках психоаналитического направления, преобладают следующие личностные характеристики: интуиция, воображение, символизм, пассивность, неуверенность и интравертированность. S. Topolinski et al. (2007), сравнивая психологов-консультантов, практикующих в рамках поведенческого и психодинамического направлений, с применением методик MBTI и NEO personality inventory установили взаимосвязь между ориентированностью на обобщённую информацию, высоким показателем открытости опыту, то есть высокой эмоциональностью и высокой креативностью, с психодинамической парадигмой. Данные, полученные E. Varlami et al. (2007), свидетельствуют, что участники исследования, выбирающие когнитивно-бихевиоральное направление, принадлежат к сенсорно-планирующему типу по опроснику Кейрси; выбирающие психодинамическую модель – к типу, предпочитающему интуицию-чувствование-планирование; и выбирающие гуманистическое направление – к типу, предпочитающему интуицию-чувствование-восприятие.

Исследование K. L. Boterhoven de Naan and C. W. Lee (2014), посвященное изучению взглядов психологов-консультантов когнитивно-бихевиорального и психодинамического направлений на процесс консультирования, обнаружило

значительные различия психологов-консультантов относительно причин психологических затруднений у клиента, роли консультанта и методах воздействия.

Таким образом, приведенные данные позволяют сделать вывод о существенных различиях в личностных особенностях между психологами-консультантами, практикующими в когнитивно-бихевиоральном и психодинамическом направлениях.

В зарубежной науке проводится изучение представлений психолога-консультанта о себе, образе клиента и процессе консультирования (Orlinsky D. E. et al. 2001; Ramnero J. et al., 2007; Servais L. M. et al., 2007; Pascal B. et al., 2012). В исследовании, проведенном D. E. Orlinsky et al. (2001) с участием 4000 консультантов, больше половины участников охарактеризовали себя как доброжелательных, уверенных и преданных, воспринимающих свою профессиональную деятельность как исцеляющую вовлеченность в жизнь клиента.

Исследование, проведенное в рамках когнитивно-бихевиорального направления (Ramnero J. et al., 2007), изучающее взаимосвязь представлений психолога-консультанта и клиента друг о друге с терапевтическим альянсом и результатом психологического-консультирования, выявили положительную корреляцию представлений психолога-консультанта о клиенте и результата консультирования. Исследование S. A. Baldwin et al. (2007) выявило значимую взаимозависимость представления психолога-консультанта о терапевтическом альянсе и результате психологического консультирования; взаимосвязи между представлением клиента о психологе-консультанте и отношений во время терапии с результатом психологического консультирования не обнаружено. Противоположные данные получены A. O. Horvath and R. P. Bedi (2002), согласно авторам, представления клиента о терапевтических отношениях являются лучшим предиктором результата консультирования.

Изучение влияния массы тела и статуса работы на представления психологов-консультантов о клиентах выявило, что клиенты, имеющие лишний вес и занимающие низкую должность, оцениваются как имеющие больше негативных характеристик (Pascal B. et al., 2012). Представление клинических психологов о пациентах страдающих депрессией, пограничным расстройством личности и больных шизофренией отличается; было выявлено, что специалисты дистанцируют себя от пациентов с более серьезными расстройствами (Servais L. M. et al., 2007). Исследование J. Rosenkrantz and T. L. Morrison (1992), которое изучает личностные характеристики психолога-консультанта и представления о себе и о клиенте в лечении лиц с пограничным личностным расстройством, обнаружило, что психологи, которые склонны к депрессии и испытывают такие чувства как одиночество, страх отвержения, зависимость и потребность в общении, не способны быть в контакте с клиентами, испытывающими похожие переживания и по этой причине представляют их негативно. Исследование, изучающее представления психолога-консультанта и клиента о причинах обращения за психологической помощью, установило, что и консультанты, и клиенты предполагают, что большее значение имеют внешние факторы (Gibb G. D. et al., 1983).

Таким образом, представления психологов-консультантов о клиенте могут быть основаны на предубеждениях, на личностных характеристиках и предыдущем опыте. Кроме этого, психологи-консультанты имеют склонность к положительной самохарактеристике.

Следовательно, основываясь на приведенных данных, личность психолога-консультанта, а именно способности к установлению межличностных отношений, является существенным фактором определяющим эффективность терапевтического альянса и, таким образом, эффективность процесса консультирования. Адекватная самооценка психолога-консультанта также взаимосвязана с его способностью устанавливать контакт с клиентом. Психологи-консультанты склонны к положительной самохарактеристике и

обладают определенными установками и/или личностными особенностями, влияющими на их представления о клиенте.

В данном исследовании предполагается, что психологи-консультанты устанавливают отношения с клиентом, не только благодаря своим способностям к межличностному общению, но и основываясь на своих представлениях о клиенте. Адекватность представления психолога-консультанта о клиенте является существенной составляющей эффективного терапевтического контакта и, следовательно, влияет на результат психологического консультирования. Таким образом, для области психологического консультирования, как для области научного знания и практической дисциплины выявление взаимосвязи образования, условия и стажа профессиональной деятельности психолога-консультанта и его представлениями о клиенте является важным.

### **1.3 Социальная перцепция и ее роль в процессе психологического консультирования**

Социальная перцепция означает восприятие внешних признаков другого человека, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого и интерпретацию на этой основе его поступков (Ильин Е. П., 2009). Важность социальной перцепции состоит в том, что дальнейшее общение строится на основании сложившегося образа человека. Автор уточняет, что в каждой ситуации в фокусе восприятия оказываются определенные признаки другого человека, а остальные черты и особенности этого человека, оказавшиеся вне внимания, достраиваются и домысливаются на основании существующих в общественном сознании стереотипов (Ильин Е. П., 2009).

Кроме того, приписывание объекту общения тех или иных характеристик взаимосвязано с личностными особенностями воспринимающего человека: воспринимающие в основном приписывают другому человеку те свойства, которые выражены у них самих.

Приписывание может быть основано и на эффекте категоризации, который состоит в достраивании воспринимающим тех или иных характеристик воспринимаемого в зависимости от того, к какой категории людей он отнесен. В одном из исследований было выявлено, что домысливание характеристик воспринимаемого человека свойственно психотерапевтам. Психотерапевтам предлагалось посмотреть интервью с человеком, который в одном случае был представлен как пациент психиатрической клиники, в другом – как поступающий туда на работу. В первом случае психотерапевты находили в его ответах признаки психических нарушений и неадаптивного поведения, во втором случае психотерапевты пришли к заключению, что он психически здоров и хорошо адаптируется. (Langer, Abelson, 1974, цит. по Ильин Е. П., 2009)

По мнению Н. Н. Обозова (1993), взаимное отождествление (видение сходства) между партнерами, когда они оценивают личностные качества друг друга, меняется в зависимости от эмоциональной окраски отношений. Самые существенные искажения в оценках дали пары участников, испытывающие взаимную антипатию. Совместимые супружеские пары были также менее точны в оценках друг друга, но их искажения было обусловлено переоценкой общительности, мягкости и интеллектуальности, в отличие от взаимоотвергающих партнеров, которые недооценивали эти качества. Автор делает заключение, что в целом, супруги больше переживали сходство, а люди, испытывающие антипатию, поляризовались, так как взаимное сходство было для них неприятно и они отодвигались друг от друга в мыслях и чувствах. (Обозов Н. Н., 1993)

По мнению А. А. Бодалева (1982), от того, как люди отражают и интерпретируют облик и поведение, оценивают возможности друг друга, во многом зависят характер их взаимодействия и результаты, к которым они приходят в совместной деятельности. Автор делает заключение, что достижение положительного результата в общении, как правило, связано с адекватным чувственным отражением друг друга общающимися субъектами,

накоплением и правильным обобщением ими информации друг о друге. Отрицательный результат в общении часто оказывается следствием неадекватного отражения общающимися друг друга, недостаточности и неправильного истолкования информации, которой каждый из них располагает. (Бодалев А. А., 1982)

Кроме того, представление — это воспроизведённый образ предмета, основывающийся на прошлом опыте. Говоря о признаках представления, С. Л. Рубинштейн (2002) уделяет особое внимание тому, что представления отличаются обобщённостью. Воспроизведенные образы памяти, представления, являются первым шагом на пути к абстракции и обобщению, то есть от единичного образа восприятия к понятию и обобщённому представлению, которым оперирует мышление. Кроме того, представление может быть обобщённым образом не единичного предмета или лица, а целого класса или категории аналогичных предметов. В представлении выступают на передний план и сохраняют наибольшее постоянство основные, наиболее существенные черты, которые характеризуют данный предмет и особенно существенно связаны с его значением. Эти преобразования регулируются в первую очередь на основании отношения к предмету. (Рубинштейн С. Л., 2002) Автор уточняет, что представления являются образами памяти лишь в том случае, когда воспроизведённый образ представления воспроизводит прежде воспринятое, когда представление возникает или формируется безотносительно к прежде воспринятому, хотя бы и с использованием воспринятого в преобразённом виде, представление является образом не памяти, а скорее воображения и функционирует в системе мышления. (Рубинштейн С. Л., 2002)

Схожее определение понятия представления даёт А. Р. Лурия (2006), согласно которому, представление — это вид образной памяти. Автор отмечает, что образы представлений не беднее, а богаче наглядных образов. Среди отличительных характеристик представлений А. Р. Лурия (2006) выделяет полимодальность, то есть образы представлений включают в свой состав элементы как зрительных, так и осязательных, слуховых и двигательных следов

и являются следами не одного вида восприятия, а следами сложной практической деятельности с предметами. Другая особенность образа представления согласно автору заключается в том, что он всегда включает в свой состав интеллектуальную переработку впечатления о предмете, выделение в предмете наиболее существенных признаков и отнесение его к определенной категории. Следовательно, образ представления является не пассивным отпечатком зрительного восприятия, а результатом его анализа и синтеза, абстракции и обобщения. Значит, в образе представления память не пассивно сохраняет отпечаток воспринятого, но прodelывает с ним работу, объединяя целый ряд впечатлений, анализируя содержание предмета, обобщая эти впечатления, объединяя собственный наглядный опыт со знаниями о предмете. (Лурия А. Р., 2006)

Таким образом, представления о категории аналогичных предметов или лиц являются результатом обобщения, абстракции, синтеза предыдущего опыта восприятия. Изменения, которые претерпевают образы представления, связаны с личностными характеристиками и эмоциональным отношением человека к представляемому, и существующими в общественном сознании стереотипами. Кроме того, важность социальной перцепции состоит в том, что дальнейшее общение строится на основании сложившегося образа человека, а адекватное представление, правильное обобщение информации друг о друге является необходимым условием эффективного общения. Следовательно, в области психологического консультирования установление контакта между психологом-консультантом и клиентом взаимосвязано с социальной перцепцией клиента и с представлениями об обобщенном образе клиента, которые в свою очередь, основаны на абстракции и синтезе предыдущего опыта психолога-консультанта, и эмоциональном отношении психолога-консультанта к клиенту.

## **Глава 2. Методы и организация исследования**

### **2.1 Цель, задачи, гипотезы, объект и предмет исследования**

**Целью** настоящего исследования является изучение взаимосвязей социально-демографических характеристик психологов-консультантов с их представлениями о клиенте.

**Основные задачи** исследования состояли в следующем:

1. Изучение отношений психологов-консультантов к себе, клиенту и своей работе.
2. Изучение личностных характеристик психологов-консультантов и их представлений о личностных особенностях клиентов.
3. Изучение представлений психологов-консультантов о причинах обращения, ожиданиях, личности клиента и процессе консультирования.
4. Изучение уровня выраженности иррациональных установок у психологов-консультантов.
5. Выявление взаимосвязи между социально-демографическими характеристиками психологов-консультантов и представлениями о клиенте.

**Гипотезы исследования:**

1. Представления о клиенте психологов-консультантов, имеющих разную профессиональную подготовку, различный стаж практической деятельности и работающих в разных структурах, будет различаться.
2. Психологи-консультанты представляют своего обобщенного клиента как существенно отличающегося от себя самого.

**Объект исследования:** представления о клиенте психологов-консультантов.

**Предмет исследования:** отношения психологов-консультантов к себе, клиенту и своей работе, представления психологов-консультантов о личностных характеристиках, ситуации и ожиданиях клиента, личностные характеристики психологов-консультантов.

## **2.2 Описание выборки**



В исследовании приняли участие 82 респондента, являющиеся практикующими психологами-консультантами. Все участники исследования женского пола и проживают преимущественно в Санкт-Петербурге и Москве. Социально-демографические характеристики исследованной выборки психологов-консультантов представлены в таблице 1. 45 респондентов имеют основное образование по специальности психология, 37 участников прошли профессиональную переподготовку по специальности психология на базе высшего образования по другой специальности. Профессиональный стаж от 1 года до 3х лет имеют 36 консультантов, от 3 до 10 лет - 30 консультантов и более 10 лет - 16 психологов-консультантов. 44 респондента ведут частную практику, 38 участников - работают в профессиональном коллективе психологов. Возраст психологов-консультантов, принимающих участие в исследовании, до 30 лет - 18 человек, от 31 до 40 - 35 человек и старше 40 лет - 29 человек.

**Таблица 1**

**Социально-демографические характеристики исследованной выборки психологов-консультантов.**

<b>Уровень профессиональной подготовки</b>	Основное образование по психологии	45
	Переподготовка по психологии	37
<b>Стаж профессиональной деятельности</b>	От 1 года до 3х лет	36
	От 3х до 10 лет	30
	Более 10 лет	16
<b>Условия работы</b>	Частная практика	44
	Профессиональный коллектив	38
<b>Возраст</b>	До 30 лет	18
	От 31 года до 40 лет	35
	Старше 40 лет	29

**2.3 Процедура исследования**

Разработка анкеты проводилась с ноября 2015 года по февраль 2016 года. В это время были составлены вопросы, необходимые для получения информации по исследуемому вопросу, определен способ интерпретации данных, составлена инструкция.

Сбор данных проводился в период с мая по октябрь 2016 года. Процедура исследования состояла в заполнении респондентами опросников и тестов. Потенциальные участники исследования приглашались к участию лично или по электронной почте. После получения предварительного согласия, участнику по электронной почте отправлялось информированное согласие на участие в исследовании и методики. Текст информированного согласия представлен в Приложении А. К каждой методике прилагались подробные инструкции. Временные затраты на заполнение всех предложенных методик составляли 1 - 1,5 часа. Всего использовано 4 методики.

## **2.4 Методы исследования.**

В исследовании были использованы методики для изучения отношения психологов-консультантов к себе и клиенту, личностных особенностей психологов-консультантов и их представлений о личностных особенностях клиента.

1. Методика Семантический дифференциал.
2. Гиссенский личностный опросник.
3. Анкета «Представления о клиенте».
4. Методика для изучения иррациональных убеждений.

### **2.4.1 Семантический дифференциал.**

Методика семантического дифференциала была разработана Ч. Осгутом в 1957 и предназначалась для измерения различий в интерпретации понятий участниками. В исследовании применялся вариант методики, разработанный в НИПНИ им. В. М. Бехтерева (бланк представлен в Приложении В).

Семантический дифференциал (СД) позволяет измерить качественно и количественно эмоциональное отношение респондентов к понятиям, учитывая то уникальное значение, которое данные понятия приобрели для психологов-консультантов в результате их жизненного опыта и профессиональной деятельности.

Суть методики сводится к следующей процедуре: исследуемые понятия оценивают путем соотнесения с одной из фиксированных точек шкалы, заданной полярными по значению признаками, выраженными прилагательными. Пространство шкалы между противоположными значениями воспринимается участником как непрерывный континуум градаций выраженности значений, переходящий от средней нулевой точки к различной степени одного или противоположного ему признака. Шкала выглядит следующим образом: -3-2-1 0+1+2+3. Было использовано 18 пар характеристик, которые составляют три фактора: Оценка, Сила, Активность. Каждый фактор включал 6 пар противоположных качеств. СД является, таким образом, комбинацией метода контролируемых ассоциаций и процедуры шкалирования. СД выступает как непрямой, опосредованный способ получения оценок. (Серкин В. П., 2016)

Фактор Активности (А) в самооценках интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности. Положительные значения указывают на высокую активность, общительность, импульсивность; отрицательные – на интровертированность, определенную пассивность, спокойные эмоциональные реакции. Во взаимных оценках отражается восприятие людьми личностных особенностей друг друга.

При применении методики СД для исследования самооценок значения фактора Оценки (О) результаты свидетельствуют об уровне самоуважения. Высокие значения этого фактора говорят о том, что испытуемый принимает себя как личность, склонен осознавать себя носителем позитивных, социально желательных характеристик, в определенном смысле удовлетворен собой. Низкие значения фактора Оценки (О) указывают на критическое отношение

человека к самому себе, его неудовлетворенность собственным поведением, уровнем принятия самого себя. Особо низкие значения этого фактора в самооценках свидетельствуют о возможных невротических или иных проблемах, связанных с ощущением малой ценности своей личности. При использовании методики СД для измерения взаимных оценок, фактор Оценки (О) интерпретируется как свидетельство уровня привлекательности, симпатии, которым обладает один человек в восприятии другого. При этом положительные значения этого фактора соответствуют предпочтению, оказываемому объекту оценки, отрицательные – его отвержению.

Фактор Силы (С) в самооценках свидетельствует о развитии волевых сторон личности, как они осознаются самим испытуемым. Его высокие значения говорят об уверенности в себе, независимости, склонности рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях. Низкие значения свидетельствуют о недостаточном самоконтроле, неспособности держаться принятой линии поведения, зависимости от внешних обстоятельств и оценок. Особо низкие оценки свидетельствуют и указывают на астенизацию и тревожность. Во взаимных оценках фактор Силы (С) выявляет отношения доминирования – подчинения, как они воспринимаются субъектом оценки.

В данных, полученных с помощью методики СД, отражаются субъективные, эмоционально-смысловые представления человека о самом себе и других людях, его отношения. (Серкин В. П., 2016)

#### **2.4.2 Гиссенский личностный опросник**

Гиссенский личностный опросник (Гиссенский тест — ГТ) был разработан в 1968 г. коллективом немецких ученых на базе Психосоматической клиники Гиссенского университета. Широкое использование ГТ не только в клинических, но и социально-психологических исследованиях привело к необходимости в последующие годы (1975) произвести повторную стандартизацию теста с учетом новых данных (Beckman D. et al., 1983). На

отечественной выборке ГТ был адаптирован и стандартизирован в Психоневрологическом институте им. В. М. Бехтерева в 1993.

Основное отличие ГТ от других психологических тестов заключается в том, что он в значительной степени учитывает социальные установки и реакции личности, что делает его пригодным не только для исследования личности, но и для анализа социальных отношений, в особенности межличностных отношений в малых группах.

ГТ включает 2 варианта одних и тех же 40 биполярных утверждений («Я», «ОН» -«ОНА»). Каждое утверждение ГТ оценивается по 7-балльной шкале. С учетом мнения составителей теста (Beckman D. et al., 1983), при групповых сопоставлениях можно отказаться от стандартизованных оценок (Т-баллов) и работать с сырыми оценками.

Каждая из 6 основных шкал имеет два полюса:

Шкала социального одобрения на нижнем полюсе подразумевает субъективное представление человека о своей социальной репутации, непривлекательности, неуважении окружающих, неумении добиваться поставленной цели, непопулярности. На полюсе высоких значений находятся лица, уверенные в своей положительной социальной репутации, привлекательности, популярности, способности добиваться поставленной цели, уважении и высокой оценке других людей. Основная тема этой шкалы — способность успешно взаимодействовать с окружением, определенный аспект социальной роли.

Шкала доминантности имеет на нижнем полюсе властолюбие, нетерпение, желание настоять на своем, на другом — послушание, уступчивость, терпение. Эти взаимодополняющие личностные особенности отождествляются с психосоциальными защитными формами поведения, где противопоставляется агрессивность, импульсивность, притязания на первенство и терпеливость, покладистость, неспособность к агрессии, склонность к подчинению, зависимость.

Шкала контроля (недостаточный контроль — избыточный контроль). Для

нижнего полюса характерны неаккуратность, непостоянство, склонность к беззаботному поведению, легкомысленным поступкам, неумение распоряжаться деньгами. Для избыточного контроля характерна педантичность, усердие, правдивость до фанатичности, отсутствие склонности к легкомысленному, беззаботному поведению.

Шкала включает вопросы о преобладающем настроении с двумя полюсами: гипоманиакальный (сюда относятся лица, редко испытывающие подавленность, не склонные к рефлексии, не склонные к критическому отношению к себе, не скрывающие раздражения, независимые), депрессивный (часто бывающие подавленными, весьма склонные к рефлексии, робкие, зависимые, скрывающие досаду, очень самокритичные). Вопросы этой шкалы связывают преобладающее настроение с основным для личности направлением развития агрессии (вовне или против собственного «Я»).

Шкала открытости — замкнутости. Лица, демонстрирующие низкие показатели по этой шкале, характеризуют себя как доверчивых, открытых перед другими людьми, обладающих большой потребностью в любви, откровенностью; на другом полюсе показателей — испытуемые характеризуют себя как замкнутых, недоверчивых, отстраненных от других людей, стремящихся скрывать собственную потребность в любви. В этой шкале отражаются фундаментальные свойства социальных контактов и социального поведения, развивающиеся из первичного доверия или первичного недоверия.

Шкала социальных способностей — описывает на одном полюсе активную, общительную, непринужденную конкурентоспособную личность с богатым воображением и способностью на сильные чувства. Социальная слабость, по мнению авторов, характеризуется необщительностью, слабой способностью к самоотдаче, неспособностью к длительным привязанностям, бедной фантазией. Комплекс качеств, отраженных в этой шкале, позволяет судить о степени зрелости личности, где на левом полюсе описывается личность самостоятельная, активно творческая, уверенная в себе, способная к прочным и длительным межличностным отношениям (в оригинале название

шкалы звучит как социальная потентность).

### **2.4.3 Анкета «Представления о клиенте»**

Анкета «Представления о клиенте» (ПК) состоит из вопросов, направленных на изучение представлений психологов-консультантов о причинах обращения и ожиданиях клиента, о консультационном процессе и об отношении к клиенту. Анкета была составлена в соответствии с задачами и целями исследования. Основой послужил анализ тематической литературы и выделение необходимых аспектов рассмотрения проблематики. Полный текст анкеты представлен в Приложении Б. После сбора данных был проведен анализ полученных данных с помощью описательных статистик по факторам («Образование», «Стаж работы», «Условия работы» и «Возраст»).

### **2.4.4 Методика для изучения иррациональных установок А.Эллиса**

Методика создана А. Эллисом, для изучения иррациональных установок участников использовался вариант Х. Кассинова и Э. Бергера (1994). Назначение методики диагностики иррациональных установок А.Эллиса определение степени рациональности-иррациональности мышления, наличия и выраженности иррациональных установок.

Описание методики: в данной методике 6 шкал, из них 4 шкалы – основные и соответствуют 4 группам иррациональных установок мышления, выделенным автором:

Шкала «катастрофизация» отражает восприятие людьми различных неблагоприятных событий. Низкий балл по этой шкале свидетельствует о том, что человеку свойственно оценивать каждое неблагоприятное событие как ужасное и невыносимое, в то время как высокий балл говорит об обратном;

Показатели шкал «долженствование в отношении себя», «долженствование в отношении других» указывает на наличие либо отсутствие чрезмерно высоких требований к себе и к другим;

«Оценочная установка» показывает то, как человек оценивает себя и других. Наличие такой установки может свидетельствовать о том, что человеку свойственно оценивать не отдельные черты или поступки людей, а личность в целом.

Другие 2 шкалы – оценка фрустрационной толерантности личности, которая отражает степень переносимости различных фрустраций (то есть показывает уровень стрессоустойчивости), и общая оценка степени рациональности мышления.

Значение менее 30 баллов по шкале свидетельствует о выраженном наличии иррациональной установки, значение от 30 до 45 баллов – о наличии иррациональной установки, значение от 45 баллов – об отсутствии иррациональной установки. (Каменюкин А.Г., Ковпак Д.В., 2008)

## **2.5 Математико-статистические методы обработки данных**

Для обработки полученных данных был использован многомерный дисперсионный анализ (MANOVA) и описательные статистики.



### Глава 3. Результаты исследования и их обсуждение

#### 3.1 Результаты исследования отношений психологов-консультантов к себе, клиенту и своей работе

Для изучения отношений участников к себе как к личности и профессионалу, к клиенту и к своей работе, использовалась методика Семантический дифференциал (СД). Респондентам предлагались понятия «Я – реальное», «Я – идеальное», «Я как психолог-консультант», «Идеальный психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный клиент», «Моя работа», «Успех в работе», «Неудача в работе». В таблице 2 представлены значения фактор для всех понятий методики СД по всей выборке.

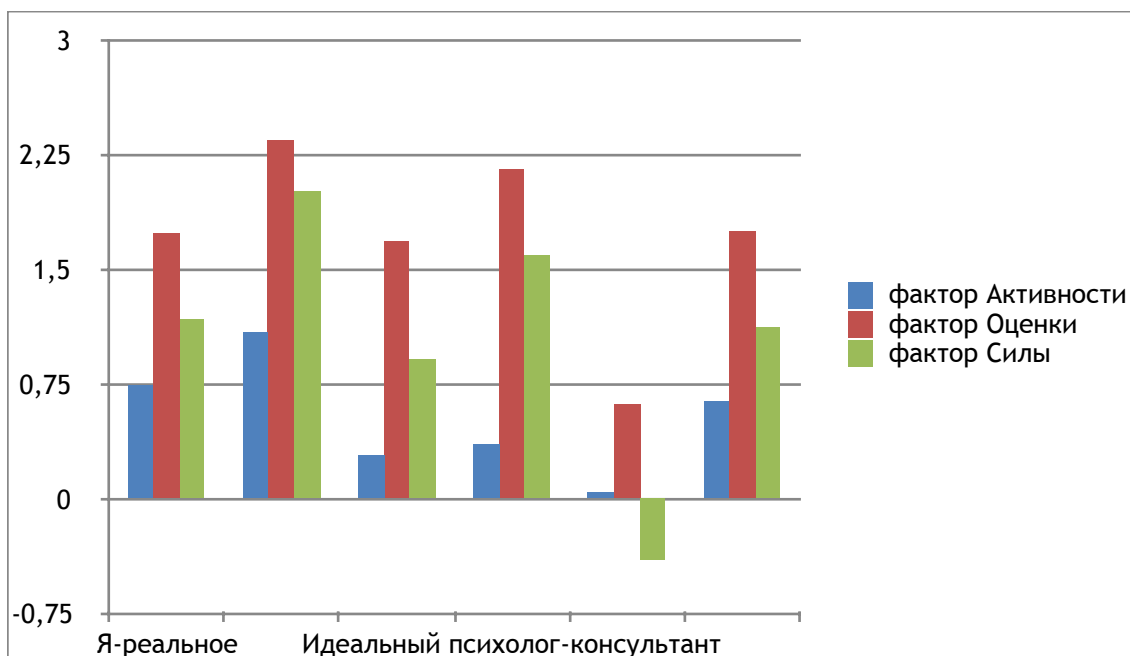
**Таблица 2**

**Средние значения факторов для всех понятий методики СД в группе психологов-консультантов.**

	<b>фактор Активности</b>	<b>фактор Оценки</b>	<b>фактор Силы</b>
<b>Я-реальное</b>	0.7383	1.7283	1.1827
<b>Я-идеальное</b>	1.0811	2.353	2.0151
<b>Я как психолог- консультант</b>	0.2841	1.6843	0.9156
<b>Идеальный психолог- консультант</b>	0.3582	2.1478	1.5882
<b>Мой клиент</b>	0.034	0.6146	-0.391
<b>Идеальный клиент</b>	0.6426	1.7449	1.117
<b>Моя работа</b>	0.8538	1.8471	1.2466
<b>Успех в работе</b>	1.1602	2.0893	1.8999
<b>Неудача в работе</b>	-0.9202	-1.6313	-1.4976

На рисунке 1 графически представлены средние значения факторов методики СД для понятий, характеризующих отношение к себе и клиенту

(понятия «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я как психолог-консультант», «Идеальный психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный клиент»), по всей выборке.



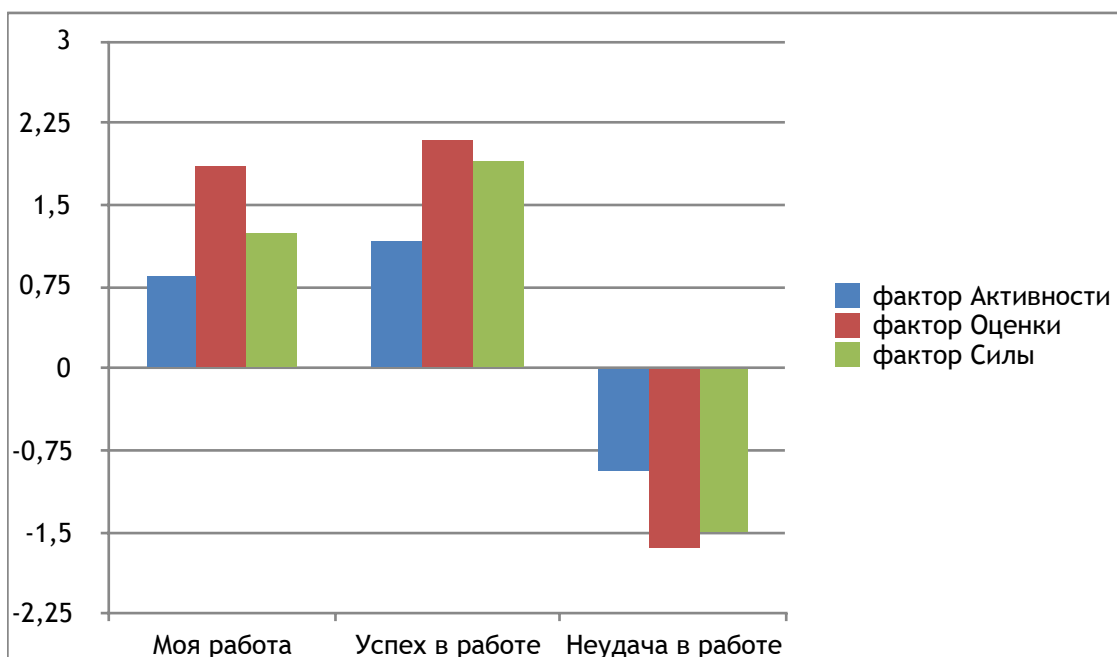
**Рис. 1 Средние значения факторов методики СД для понятий, характеризующих отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов.**

Данные, представленные на рисунке 1, показывают, что для всех понятий наибольшее значение обнаруживает фактор Оценки, а наименьшее – Активности, за исключением понятия «Мой клиент» (Наименьшее значения фактор Силы). Это означает, что и Образ Я, и Образ Клиента в целом характеризуется в восприятии психологов–консультантов достаточной привлекательностью (фактор Оценки), невысокой активностью (фактор Активности), но Образ Я характеризуется достаточной силой, а Образ Клиента слабостью (фактор Силы). Значение всех факторов для понятия «Я-реальное» существенно выше, чем для понятия «Мой клиент». При этом, значения факторов для понятий «Я-реальное» и «Идеальный клиент» практически не различаются.

Важно дополнить, что все идеальные образы респонденты представляют в сравнении с реальными образами более экстравертированными, в большей

степени наделенными положительными, социально желательными характеристиками, с развитыми волевыми сторонами, более уверенными и независимыми. Образ «Мой Клиент» в сравнении с Образом «Я-реальное» представляется респондентам в большей степени интровертированным, пассивным, со спокойными эмоциональными реакциями, менее привлекательным и наделенным меньшими социально желательными характеристиками, в большей степени зависимым от внешних обстоятельств и оценок, более тревожным.

На рисунке 2 графически представлены средние значения факторов методики СД для понятий, характеризующих отношение к работе (понятия «Моя работа», «Успех в работе», «Неудача в работе») по всей выборке.



**Рис. 2 Средние значения факторов методики СД для понятий, характеризующих отношение к работе, в группе психологов-консультантов.**

Данные, представленные на рисунке 2, показывают, что для понятий «Моя работа» и «Успех в работе» наибольшее значение обнаруживает фактор Оценки, а наименьшее – Активности. Это означает, что и понятие работы, и понятие успеха в работе в целом характеризуется в восприятии психологов-консультантов привлекательностью (фактор Оценки), но невысокой

активностью (фактор Активности). Для понятия «Неудача в работе» значения факторов носят отрицательный характер. Это означает, что понятие неудача в работе характеризуется в восприятии психологов-консультантов непривлекательностью, слабостью и пассивностью.

В таблице 3 и на рисунке 3 представлено расстояние между понятиями методики СД, характеризующими отношение к себе и клиенту по всей выборке.

**Таблица 3**

**Расстояние между понятиями методики СД для понятий, характеризующих отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов.**

	<b>Я-реальное</b>
<b>Я-идеальное</b>	1.0956 (4)
<b>Я как психолог-консультант</b>	0.5282 (2)
<b>Идеальный психолог-консультант</b>	0.6962 (3)
<b>Мой клиент</b>	2.0525 (5)
<b>Идеальный клиент</b>	0.1166 (1)



**Рис. 3 Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов.**

Данные, представленные в таблице 5 и на рисунке 3, свидетельствуют о наличии расхождений между реальными и идеальными образами в группе психологов-консультантов, в наибольшей степени это характерно для представлений о клиенте, в наименьшей степени – для образа себя как профессионала. Результаты анализа расстояний между понятиями методики показали, что «Я-реальное» в наибольшей степени совпадает с понятием «Идеальный клиент» и в наименьшей степени – с образом «Мой клиент».

Таким образом, реального клиента психологи-консультанты видят существенно отличающимся от себя, а идеального клиента – в значительной степени подобным себе.

## **Сравнительное изучение отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от образования, стажа, условий работы и возраста.**

Анализ результатов исследования отношений участников к себе как к личности и профессионалу, к клиенту и к своей работе осуществлялся с помощью многомерного дисперсионного анализа и описательных статистик.

Факторами, влияющими на зависимые переменные, являлись: «Образование» (2 группы: психологи-консультанты, имеющие основное психологическое образование, и психологи-консультанты, прошедшие профессиональную переподготовку); «Стаж» (3 группы: психологи-консультанты с опытом работы от 1 года до 3х лет, от 3х лет до 10 лет и более 10 лет); «Условия работы» (2 группы: психологи-консультанты, работающие в профессиональном коллективе, и психологи-консультанты, ведущие частную практику) и «Возраст» (3 группы: психологи-консультанты в возрасте до 30 лет, от 31 года до 40 лет и старше 40 лет).

Зависимыми переменными являлись факторы (Активность, Оценка, Сила) указанных выше понятий методики СД. Значения статистически достоверных многомерных критериев представлены в таблице 4 – 7.

**Таблица 4**

### **Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей «Семантического дифференциала» в связи с образованием.**

<b>Независимые факторы</b>	<b>Значение След Пиллая</b>	<b>Значение лямбда Уилкса</b>	<b>F</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Ошибка степени свободы</b>	<b>p</b>
Свободный член	0.974	0.026	74,864	27.000	54.000	<b>0.000</b>
Образование	0.721	0.279	5,165	27.000	54.000	<b>0.000</b>

**Таблица 5**

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей  
«Семантического дифференциала» в связи со стажем.**

<b>Независимые факторы</b>	<b>Значение След Пиллая</b>	<b>Значение лямбда Уилкса</b>	<b>F</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Ошибка степени свободы</b>	<b>p</b>
Свободный член	0.974	0.026	74,237	27.000	53.000	<b>0.000</b>
Стаж	1.035	0.223	2,144	54.000	108.000	<b>0.000</b>

**Таблица 6**

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей  
«Семантического дифференциала» в связи с условиями работы.**

<b>Независимые факторы</b>	<b>Значение След Пиллая</b>	<b>Значение лямбда Уилкса</b>	<b>F</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Ошибка степени свободы</b>	<b>p</b>
Свободный член	0.974	0.026	73,921	27.000	54.000	<b>0.000</b>
Условия работы	0.628	0.372	3,378	27.000	54.000	<b>0.000</b>

**Таблица 7**

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей  
«Семантического дифференциала» в связи с возрастом.**

<b>Независимые факторы</b>	<b>Значение След Пиллая</b>	<b>Значение лямбда Уилкса</b>	<b>F</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Ошибка степени свободы</b>	<b>p</b>
Свободный член	0.974	0.026	74,971	27.000	53.000	<b>0.000</b>
Возраст	1.254	0.132	3,365	54.000	108.000	<b>0.000</b>

Данные, представленные в таблице 4 – 7, свидетельствуют, что факторы «Образование», «Стаж», «Условия работы» и «Возраст» статистически значимо влияют на дисперсию всех шкал опросника. Это означает, что отношение

психологов-консультантов к образу Я, образу Клиента и работе различается в зависимости от их профессиональной подготовки, стажа профессиональной деятельности, условий работы и возраста.

Для выявления частных воздействий вышеуказанных факторов на отдельные шкалы приводим одномерные критерии влияния. На основе данных, представленных в таблице 8, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Образование» оказывает на показатель Активности для понятий: «Мой клиент» ( $0.2569 \pm 0.54329$  для психологов-консультантов, имеющих основное психологическое образование, и  $-0.2370 \pm 0.4855$  для психологов-консультантов, прошедших профессиональную переподготовку,  $p \leq 0.000$ ), «Неудача в работе» ( $-0.6642 \pm 0.96003$  для 1-ой группы и  $-1.2316 \pm 0.82858$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.006$ ), на показатель Оценки для понятий «Я-идеальное» ( $2.1860 \pm 0.60272$  для 1-ой группы и  $2.5562 \pm 0.54357$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ), «Мой клиент» ( $0.9458 \pm 0.78962$  для 1-ой группы и  $0.2119 \pm 0.70974$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ), «Успех в работе» ( $2.2531 \pm 0.76640$  для 1-ой группы и  $1.8900 \pm 0.68458$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.028$ ), на показатель Силы для понятий «Я-идеальное» ( $1.6484 \pm 0.59068$  для 1-ой группы и  $2.4611 \pm 0.50430$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ), «Идеальный психолог-консультант» ( $1.4300 \pm 0.68919$  для 1-ой группы и  $1.7805 \pm 0.64695$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.021$ ).

На уровне тенденции ( $p > 0,05$ ) фактор «Образование» оказывает влияние на показатель Активности для понятия «Идеальный психолог-консультант» ( $p \leq 0.051$ ), на показатель Силы для понятия «Неудача в работе» ( $p \leq 0.077$ ).

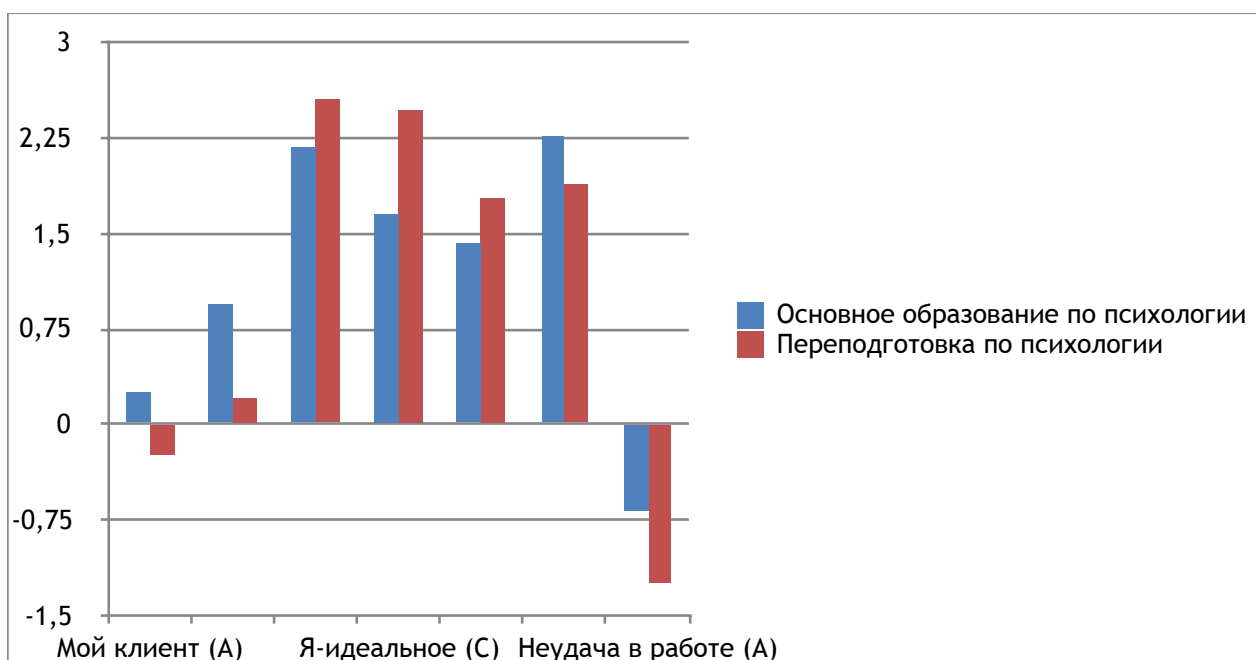
**Таблица 8**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной  
«Образование» на факторы методики «Семантический дифференциал».**



<b>Образование</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Активности)	1.766	1	1.766	3.932	<b>0.051</b>
Мой клиент (фактор Активности)	4.953	1	4.953	18.450	<b>0.000</b>
Я-идеальное (фактор Оценки)	2.783	1	2.783	8.363	<b>0.005</b>
Мой клиент (фактор Оценки)	10.936	1	10.936	19.199	<b>0.000</b>
Я-идеальное (фактор Силы)	13.409	1	13.409	43.771	<b>0.000</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Силы)	2.495	1	2.495	5.550	<b>0.021</b>
Успех в работе (фактор Оценки)	2.677	1	2.677	5.014	<b>0.028</b>
Неудача в работе (фактор Активности)	6.537	1	6.537	8.012	<b>0.006</b>
Неудача в работе (фактор Силы)	3.550	1	3.550	3.210	<b>0.077</b>

Статистически значимые различия между группами с разным уровнем профессиональной подготовки по показателям Активности для понятий «Мой клиент», «Неудача в работе», Оценки для понятий «Я-идеальное», «Мой клиент», «Успех в работе», Силы для понятий «Я-идеальное», «Идеальный психолог-консультант» представлены ниже (см. рис.4).



**Рис. 4 Значения факторов СД, обнаруживающих значимые различия от образования.**

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе, клиенту и работе у психологов-консультантов в зависимости от образования, представленные на рисунке 4, показывают, что у психологов-консультантов, прошедших переподготовку по психологии, в сравнении с психологами с основным психологическим образованием идеальный образ Я (общий и профессиональный) в большей степени наделен социально-желательными характеристиками (фактор Оценки) и силой (фактор Силы), в частности, привлекательностью, уверенностью, независимостью и развитыми волевыми чертами. Своего клиента психологи-консультанты, прошедшие переподготовку в сравнении с психологами с основным образованием по психологии видят более интровертированным, пассивным, со спокойными эмоциональными реакциями, менее общительным (фактор Активности); более низкое значение фактора Оценки указывает на их более критическое отношение и неудовлетворенность поведением клиента. Психологи-консультанты с основным образованием по психологии в сравнении с психологами, прошедшими переподготовку, наделяют понятие «Успех в работе» большей привлекательностью, а понятие «Неудача в работе» меньшей активностью.

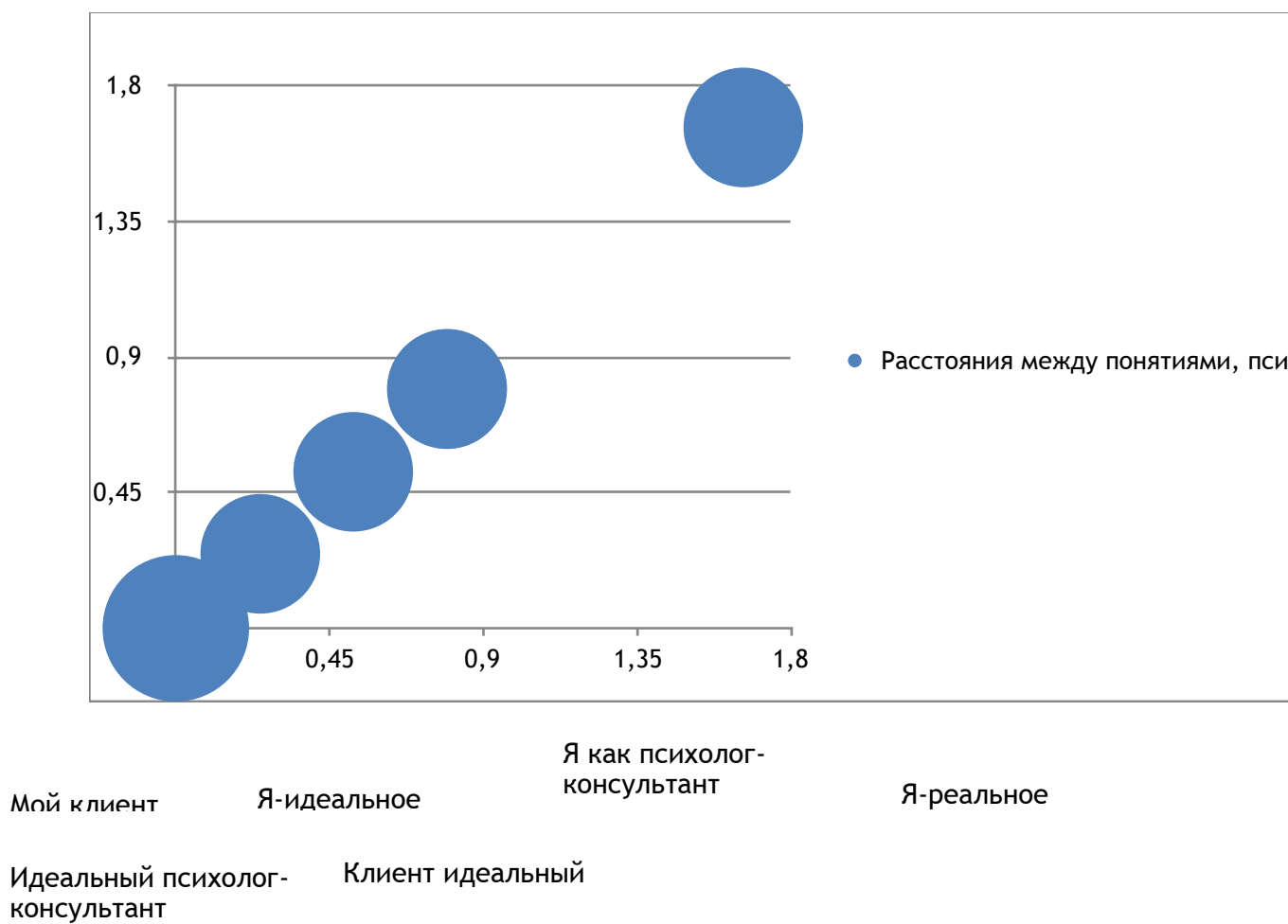
На основании этих данных можно предположить, что психологи, прошедшие переподготовку, в сравнении с психологами с основным психологическим образованием имеют более высокий уровень притязаний, что отражается в завышенных значениях факторов Оценки и Силы своих идеальных образов, а к своему клиенту имеют менее эмоционально благоприятное отношение, что отражается в заниженных значениях факторов Активности и Оценки.

Расстояния между понятиями методики СД «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я как психолог-консультант», «Идеальный психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный клиент» в группах психологов-консультантов с различным образованием представлены в таблице 9 и на рисунках 5, 6.

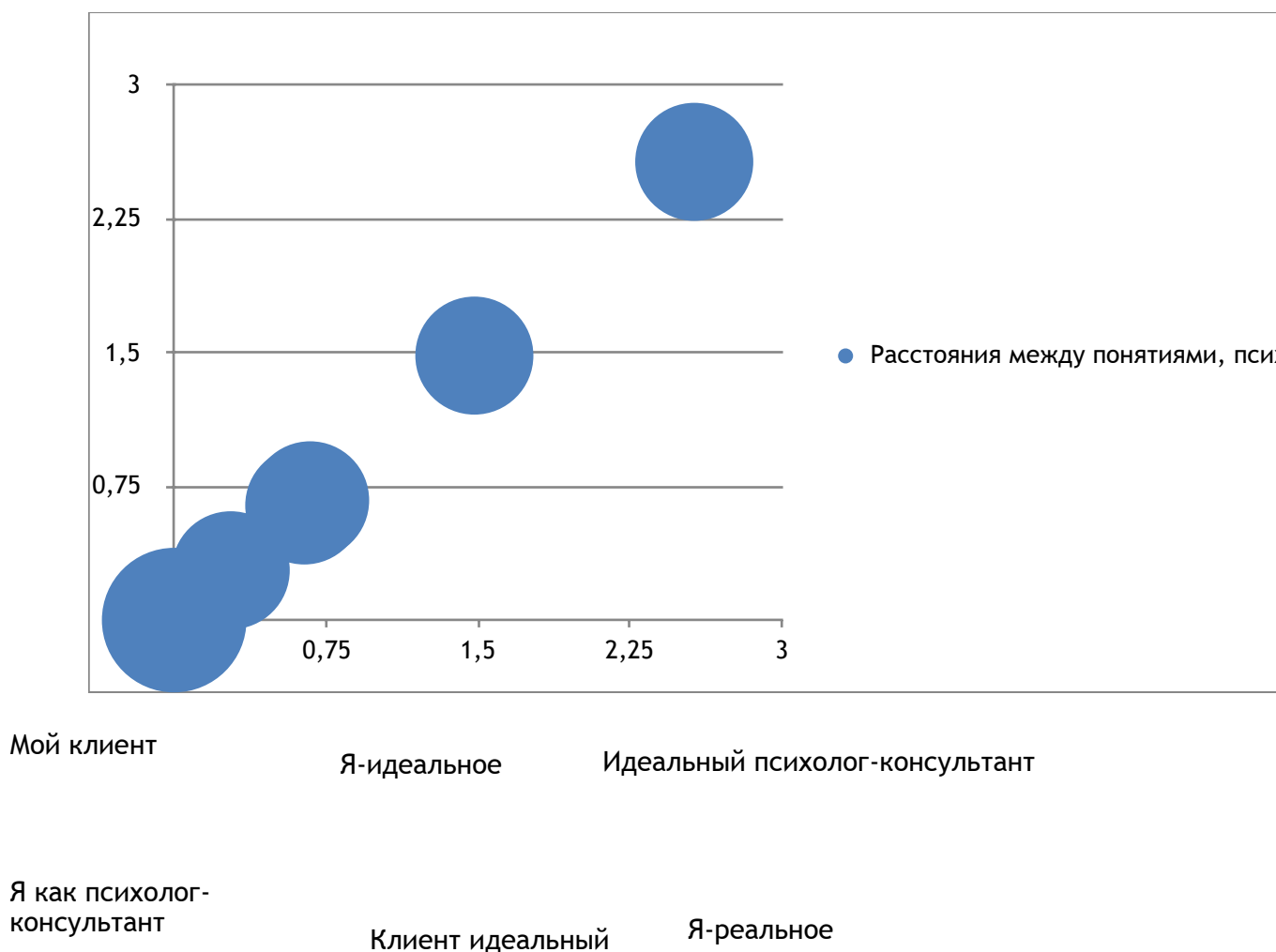
**Таблица 9**

**Расстояние между понятиями методики СД в группах психологов-консультантов с различным образованием.**

	<b>Я-реальное (основное образование)</b>	<b>Я-реальное (переподготовка)</b>
<b>Я-идеальное</b>	0.7935 (3)	1.4821 (4)
<b>Я как психолог-консультант</b>	0.5194 (2)	0.6713 (3)
<b>Идеальный психолог-консультант</b>	0.7947 (4)	0.6423 (2)
<b>Мой клиент</b>	1.6618 (5)	2.5678 (5)
<b>Идеальный клиент</b>	0.2473 (1)	0.2792 (1)



**Рис. 5** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов с основным психологическим образованием.



**Рис. 6** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов, прошедших переподготовку по психологии.

Результаты изучения расстояния между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту в группах психологов-консультантов с различным образованием, представленные в таблице 7 и на рисунках 5 – 6, свидетельствуют, что у психологов-консультантов, прошедших переподготовку, в сравнении с психологами с основным образованием отмечается существенно большее расстояние между понятиями «Я-реальное», «Я-идеальное» и «Мой клиент». Это может говорить о том, что в аффективном пространстве психологов-консультантов, прошедших переподготовку, образ Я в большей степени не соответствует идеальному образу себя и образу реального клиента. При этом для респондентов обеих групп понятия «Я-реальное» и «Идеальный

клиент» находятся на небольшом расстоянии, что может свидетельствовать о желании видеть клиента себе подобным.

У респондентов с основным образованием по психологии наблюдается меньшее расстояние между понятиями методики, это может говорить о большей согласованности в системе отношений к себе и клиенту в этой выборке.

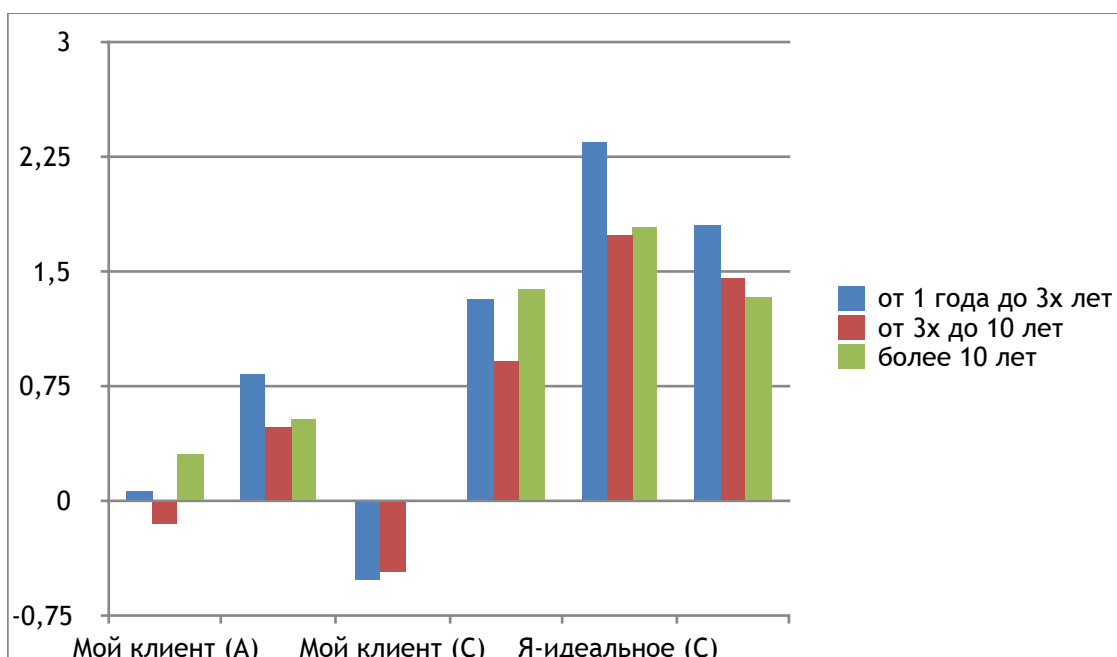
Различие в стаже профессиональной деятельности также оказывает статистически значимое влияние на некоторые показатели методики. На основании данных, представленных в таблице 10, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Стаж» оказывает на показатель Активности для понятий: «Мой клиент» ( $0.0653 \pm 0.53231$  для психологов-консультантов с опытом работы от 1 года до 3х лет,  $-0.1453 \pm 0.61291$  для психологов-консультантов с опытом работы от 3х до 10 лет,  $0.3000 \pm 0.48223$  для психологов-консультантов с опытом работы более 10 лет,  $p \leq 0.036$ ), «Идеальный клиент» ( $0.8297 \pm 0.48075$  для 1-ой группы,  $0.4737 \pm 0.36645$  для 2-ой группы,  $0.5381 \pm 0.35895$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.002$ ), на показатель Силы для понятий «Я-реальное» ( $1.3178 \pm 0.70954$  для 1-ой группы,  $0.9090 \pm 0.74887$  для 2-ой группы,  $1.3919 \pm 0.54691$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.029$ ), «Я-идеальное» ( $2.3489 \pm 0.49735$  для 1-ой группы,  $1.7357 \pm 0.71888$  для 2-ой группы,  $1.7881 \pm 0.68771$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.000$ ), «Идеальный психолог-консультант» ( $1.8069 \pm 0.69700$  для 1-ой группы,  $1.4637 \pm 0.62170$  для 2-ой группы,  $1.3294 \pm 0.68265$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.030$ ). На уровне тенденции ( $p > 0,05$ ) фактор «Стаж» оказывает влияние на показатель Активности для понятия «Я как психолог-консультант» ( $p \leq 0.078$ ), «Успех в работе» ( $p \leq 0.059$ ), на показатель Оценки для понятий: «Я идеальный» ( $p \leq 0.096$ ), «Я как психолог-консультант» ( $p \leq 0.067$ ), «Моя работа» ( $p \leq 0.079$ ), на показатель Силы для понятия «Мой клиент» ( $-0.5125 \pm 0.80227$  для 1-ой группы,  $-0.4533 \pm 0.61858$  для 2-ой группы,  $-0.0006 \pm 0.62930$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.051$ ), «Моя работа» ( $p \leq 0.065$ ).

**Таблица 10**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Стаж» на факторы методики «Семантический дифференциал».**

<b>Стаж</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Я как псих-консультант (фактор Активности)	2.204	2	1.102	2.637	<b>0.078</b>
Мой клиент (фактор Активности)	2.132	2	1.066	3.466	<b>0.036</b>
Идеальный клиент (фактор Активности)	2.291	2	1.146	6.504	<b>0.002</b>
Я-идеальное (фактор Оценки)	1.695	2	0.847	2.416	<b>0.096</b>
Я как психолог-консультант (фактор Оценки)	2.002	2	1.001	2.791	<b>0.067</b>
Я-реальное (фактор Силы)	3.604	2	1.802	3.710	<b>0.029</b>
Я-идеальное (фактор Силы)	7.178	2	3.589	9.224	<b>0.000</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Силы)	3.260	2	1.630	3.658	<b>0.030</b>
Мой клиент (фактор Силы)	3.086	2	1.543	3.081	<b>0.051</b>
Моя работа (фактор Оценки)	3.896	2	1.948	2.627	<b>0.079</b>
Моя работа (фактор Силы)	3.723	2	1.861	2.834	<b>0.065</b>
Успех в работе (Фактор Активности)	2.174	2	1.087	2.941	<b>0.059</b>

Статистически значимые различия между группами с разным стажем профессиональной деятельности по показателям Активности для понятий «Мой клиент», «Идеальный клиент», Силы для понятий «Мой клиент», «Я-реальное», «Я-идеальное», «Идеальный психолог-консультант» представлены ниже (см. рис.7).



**Рис. 7 Значение факторов СД, обнаруживающих значимые различия от стажа профессиональной деятельности.**

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от стажа профессиональной деятельности, представленные на рисунке 7, свидетельствуют, что психологи-консультанты со стажем работы от 1 года до 3х лет в сравнении с психологами со стажем работы от 3х до 10 лет представляют себя более уверенными, независимыми, склонными рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях (фактор Силы для понятия «Я-реальное»), а своего клиента представляют в большей степени неспособным к самоконтролю или следованию определенной линии поведения, зависимым от внешних обстоятельств и оценок, с высокой тревожностью (фактор Силы для понятия «Мой клиент»). Идеальный образ Я (общий и профессиональный) психологов-консультантов с опытом работы от 1 года до 3х лет в большей степени в сравнении с консультантами с опытом работы более 3х лет наделен уверенностью, независимостью и развитыми волевыми чертами (фактор Силы для понятий «Я-идеальное» и «Идеальный психолог-консультант»). Значения факторов Активности для понятий «Мой клиент» и «Идеальный клиент» показывают, что реальный клиент в сравнении с идеальным клиентом в



представлении психологов-консультантов со стажем менее 10 лет существенно более интровертированный и пассивный.

Таким образом, психологи-консультанты с небольшим стажем профессиональной деятельности воспринимают себя более позитивно, что отражается в завышенных значениях фактора Силы; имеют более высокий уровень притязаний, что отражается в завышенных значениях факторов своих идеальных образов; а клиента воспринимают менее позитивно в сравнении с консультантами со стажем работы более 10 лет, о чем свидетельствуют заниженные значения факторов Активности и Силы для понятия «Мой клиент». Психологи-консультанты с опытом практической деятельности более 10 лет воспринимают клиента более благоприятно, чем респонденты с меньшим стажем, что отражается в значениях факторов Активности и Силы для понятия «Мой клиент», то есть представляют своего клиента более активным и сильным.

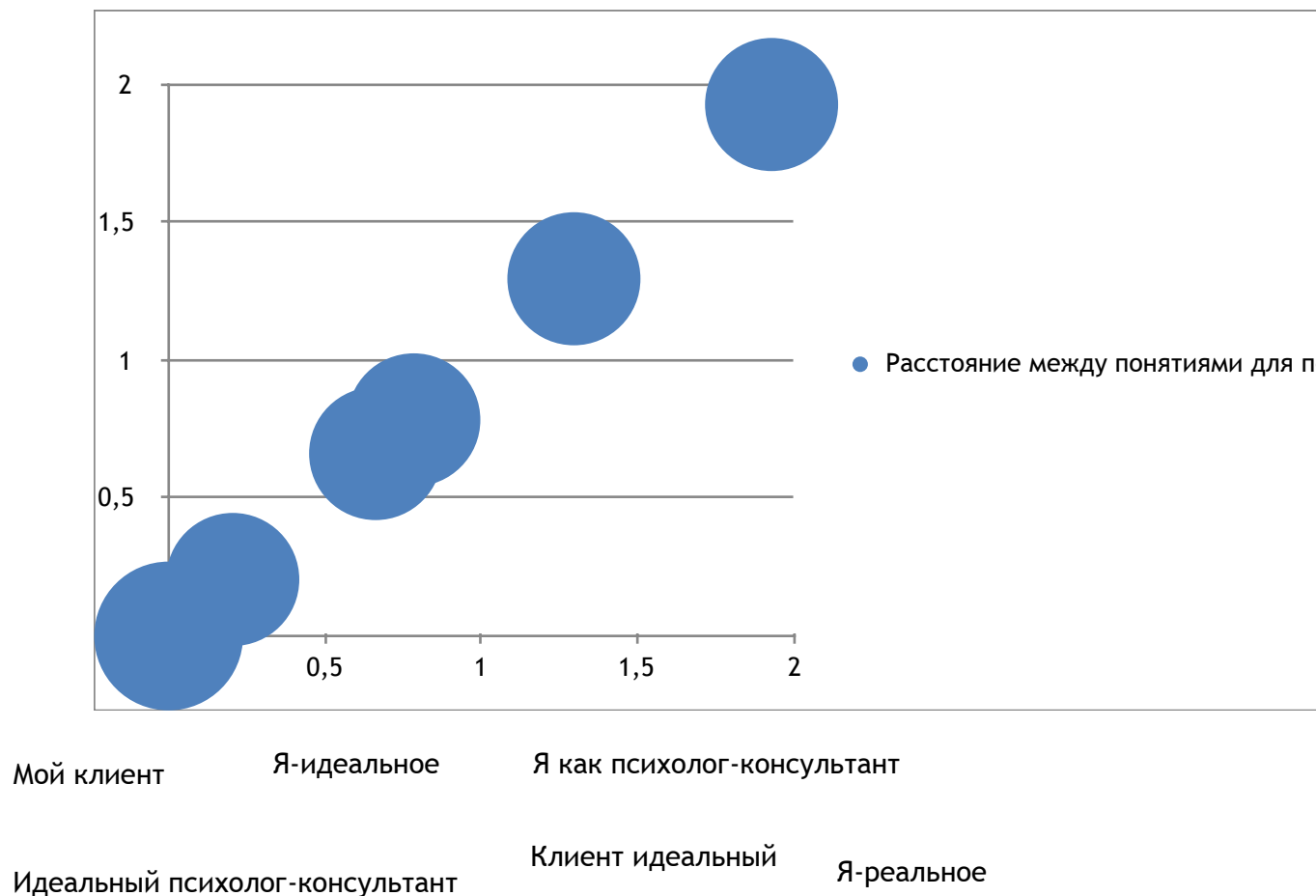
Расстояние между понятиями методики СД «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я как психолог-консультант», «Идеальный психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный клиент» в группах психологов-консультантов с различным стажем работы представлены в таблице 11 и на рисунках 8 – 10.

**Таблица 11**

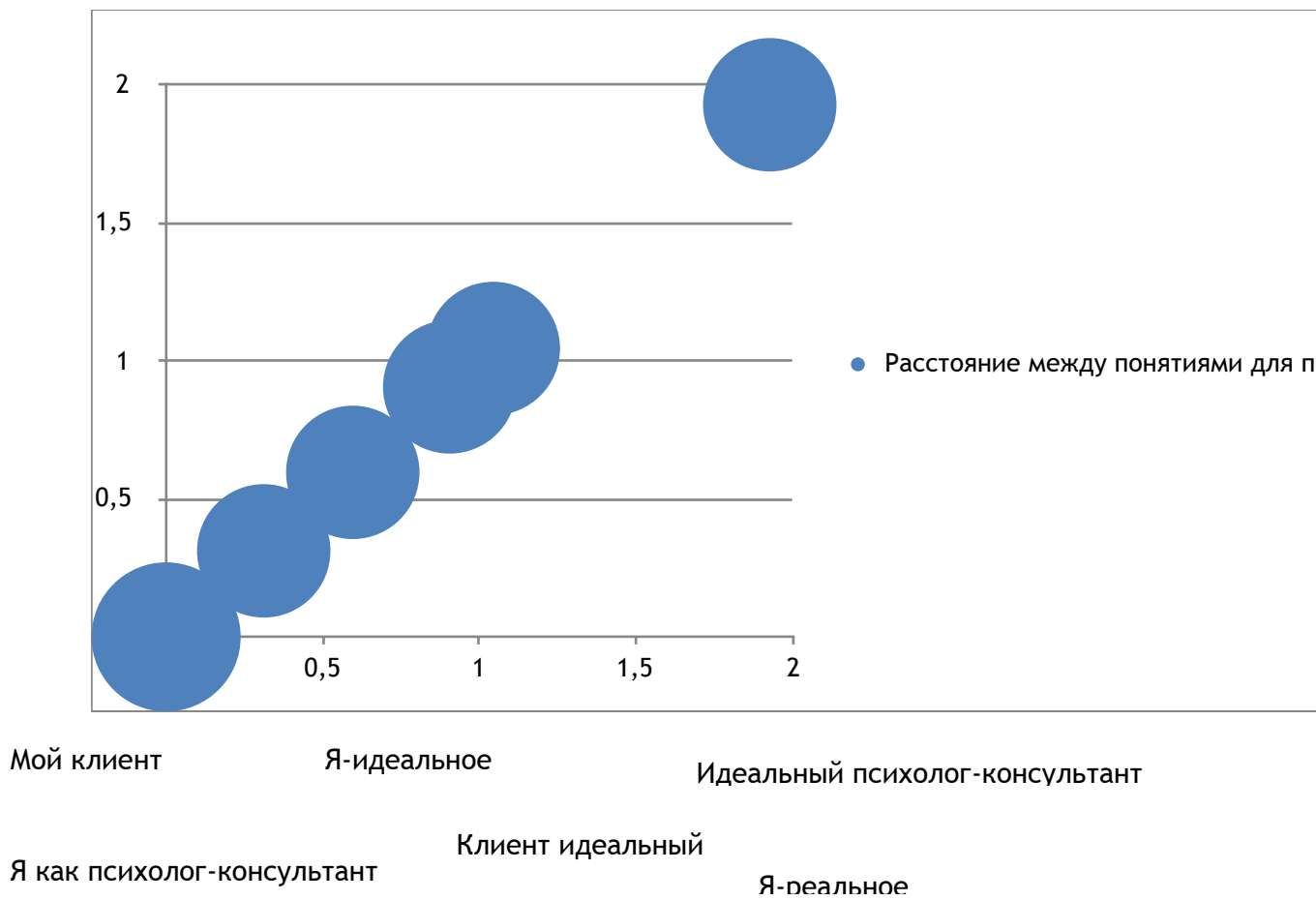
**Расстояние между понятиями методики СД в группах психологов-консультантов с различным стажем профессиональной деятельности.**

	<b>Я-реальное (стаж от 1 г. до 3х лет)</b>	<b>Я-реальное (стаж от 3х до 10 лет)</b>	<b>Я-реальное (стаж более 10 лет)</b>
<b>Я-идеальное</b>	1.2963 (4)	1.0443 (4)	0.8092 (4)
<b>Я как психолог-консультант</b>	0.7842 (3)	0.5958 (2)	0.3655 (2)

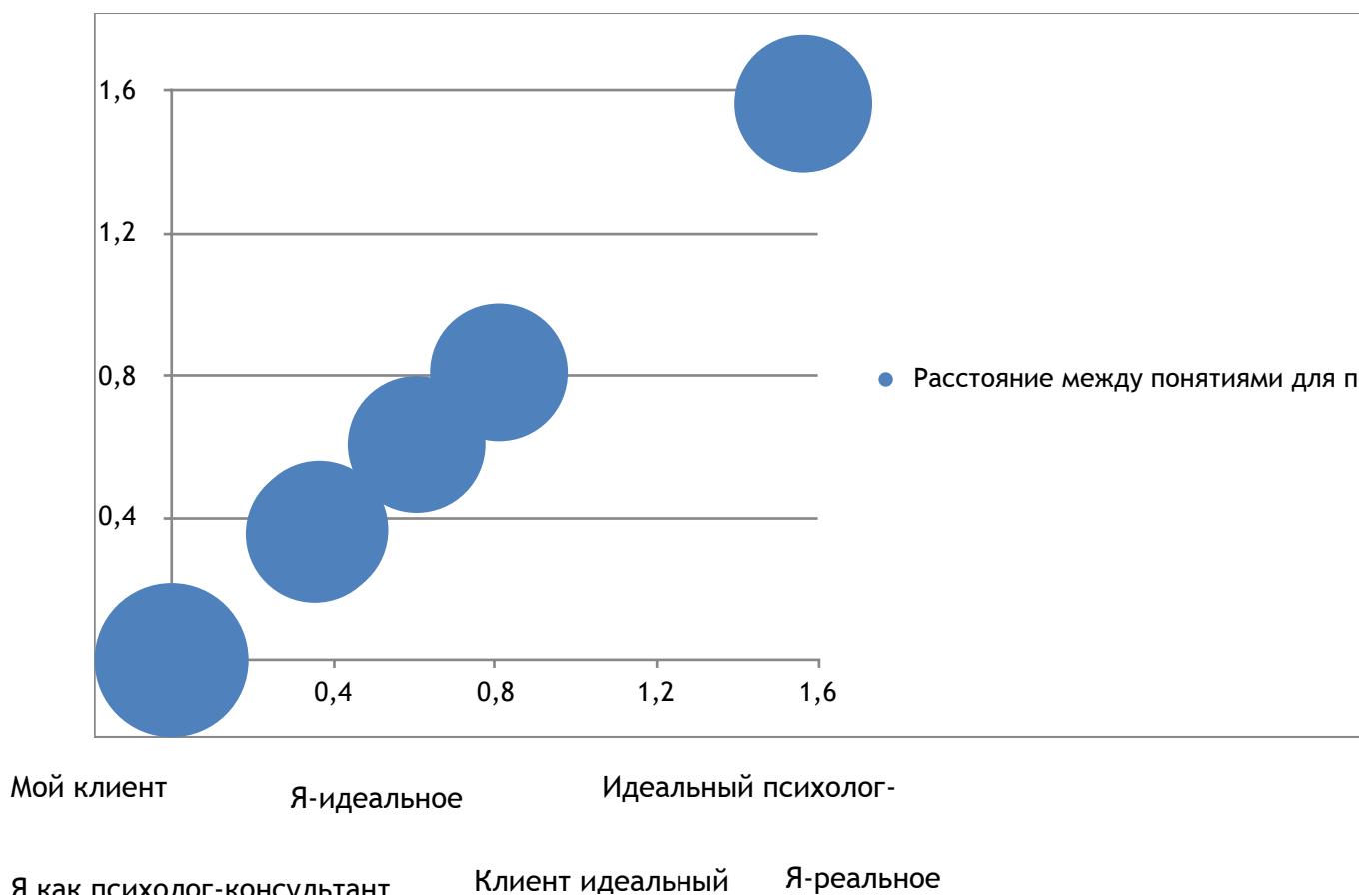
<b>Идеальный психолог-консультант</b>	0.6621 (2)	0.9051 (3)	0.6057 (3)
<b>Мой клиент</b>	1.9286 (5)	1.9266 (5)	1.5625 (5)
<b>Идеальный клиент</b>	0.2051 (1)	0.3116 (1)	0.3538 (1)



**Рис. 8** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов с опытом работы от 1 года до 3х лет.



**Рис. 9** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов с опытом работы от 3х до 10 лет.



**Рис. 10** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов с опытом работы более 10 лет.

Результаты анализа расстояний между понятиями методики, характеризующими отношение к себе и клиенту в группах психологов-консультантов с различным стажем профессиональной деятельности, представленные на рисунках 8 – 10, свидетельствуют, что расстояние между понятиями «Я-реальное», «Я-идеальное» и «Мой клиент» больше у психологов-консультантов с меньшим опытом работы по сравнению с психологами со стажем более 3х лет. При этом расстояние между понятиями «Я-реальное» и «Идеальный клиент» меньше у психологов-консультантов с опытом работы менее 3х лет.

На основании этих данных можно говорить о большем рассогласовании в системе отношений у начинающих психологов-консультантов (со стажем работы от 1 года до 3х лет) и о большей согласованности в отношении к себе и клиенту у психологов-консультантов с опытом более 10 лет.

Различные условия профессиональной деятельности также оказывают статистически значимое влияние на некоторые показатели методик. На основе данных, представленных в таблице 12, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Условия работы» оказывает на показатель Активности для понятия «Я-реальное» ( $0.5174 \pm 0.92586$  для психологов-консультантов, работающих в профессиональном коллективе, и  $0.9291 \pm 0.83078$  для психологов-консультантов, ведущих частную практику,  $p \leq 0.037$ ), на показатель Оценки для понятий: «Я идеальный психолог-консультант» ( $2.3482 \pm 0.61649$  для 1-ой группы и  $1.9748 \pm 0.74399$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.016$ ), «Идеальный клиент» ( $2.0366 \pm 0.59102$  для 1-ой группы и  $1.4930 \pm 0.67018$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ), «Моя работа» ( $1.5671 \pm 0.95906$  для 1-ой группы и  $2.0889 \pm 0.72965$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.007$ ), «Неудача в работе» ( $-1.9234 \pm 1.01144$  для 1-ой группы и  $-1.3791 \pm 0.99807$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.017$ ), на показатель Силы для понятий: «Я психолог-консультант» ( $0.7132 \pm 0.70965$  для 1-ой группы и  $1.0905 \pm 0.65221$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.014$ ), «Моя работа» ( $0.9695 \pm 0.80445$  для 1-ой группы и  $1.4859 \pm 0.78094$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.004$ ), «Успех в работе» ( $1.5805 \pm 0.79973$  для 1-ой группы и  $2.1757 \pm 0.76460$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.001$ ).

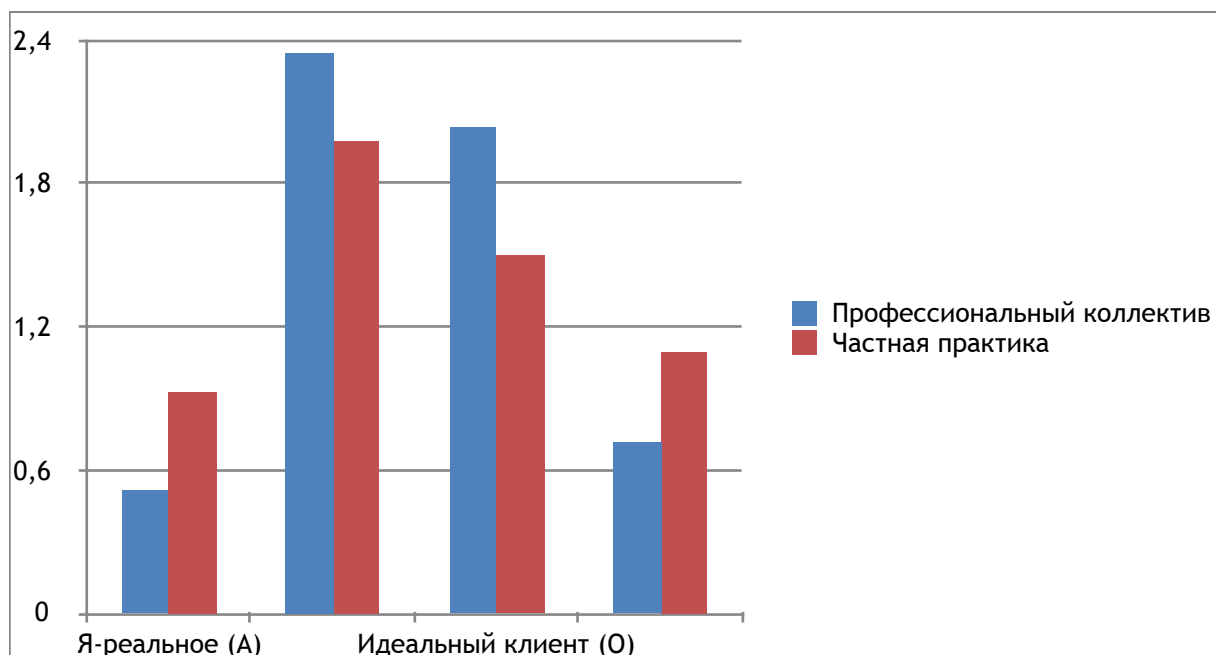
**Таблица 12**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Условия работы» на факторы методики «Семантический дифференциал».**

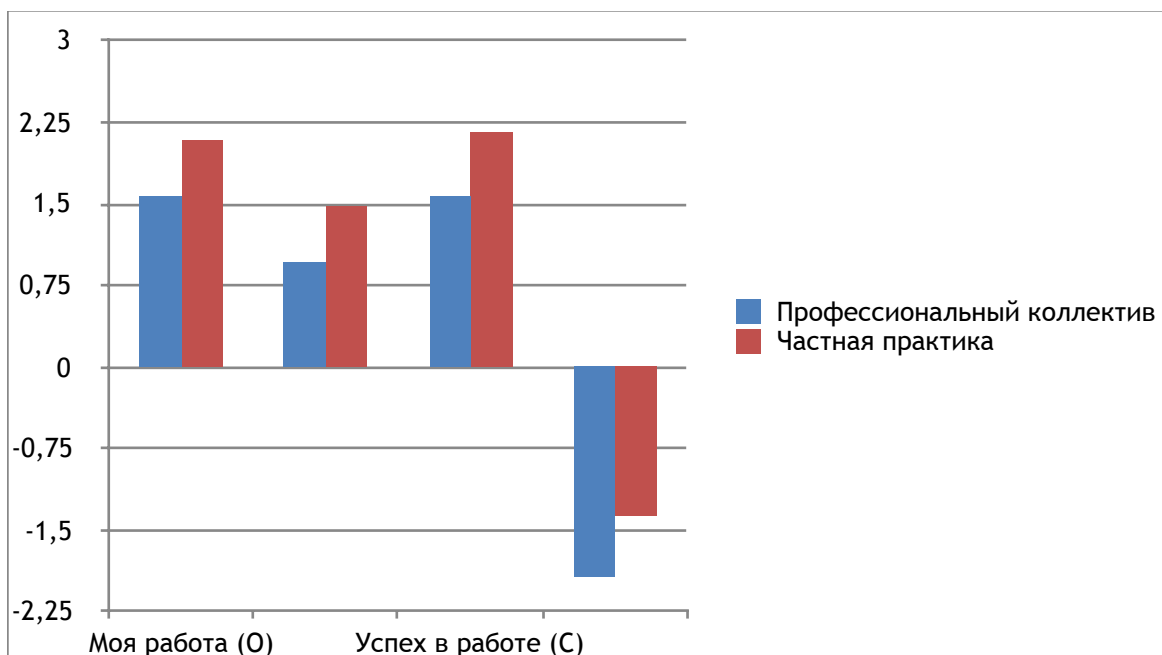
<b>Условия работы</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Я-реальное (фактор Активности)	3.456	1	3.456	4.504	<b>0.037</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Оценки)	2.843	1	2.843	6.006	<b>0.016</b>

Идеальный клиент (фактор Оценки)	6.026	1	6.026	14.954	<b>0.000</b>
Я как психолог-консультант (фактор Силы)	2.903	1	2.903	6.289	<b>0.014</b>
Моя работа (фактор Оценки)	5.551	1	5.551	7.801	<b>0.007</b>
Моя работа (фактор Силы)	5.438	1	5.438	8.672	<b>0.004</b>
Успех в работе (фактор Силы)	7.222	1	7.222	11.839	<b>0.001</b>
Неудача в работе (фактор Оценки)	6.042	1	6.042	5.990	<b>0.017</b>

Статистически значимые различия между группами с различными условиями профессиональной деятельности по факторам Активности для понятия «Я-реальное», Оценки для понятий «Идеальный психолог-консультант», «Идеальный клиент», «Моя работа», «Неудача в работе», Силы для понятий «Я как психолог-консультант», «Моя работа», «Успех в работе» представлены ниже (см. рис.11, 12).



**Рис. 11** Значение факторов СД, обнаруживающих значимые различия от условий профессиональной деятельности.



**Рис. 12** Значение факторов СД, обнаруживающих значимые различия от условий профессиональной деятельности.

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе, клиенту и работе у психологов-консультантов в зависимости от условий работы, представленные на рисунках 11 – 12, свидетельствуют, что психологи-консультанты, ведущие частную практику, в сравнении с психологами-консультантами, работающими в профессиональном коллективе, представляют себя как личность более экстравертированными (фактор Активности), как профессионала более уверенными, независимыми, с развитыми волевыми сторонами (фактор Силы). При этом они в меньшей степени наделяют образ «Идеальный психолог-консультант» и образ «Идеальный клиент» социально желательными и привлекательными характеристиками (фактор Оценки). Психологи-консультанты, ведущие частную практику, в сравнении с психологами, работающими в профессиональном коллективе, наделяют понятия «Моя работа» и «Успех в работе» большей привлекательностью и силой, что отражается в высоких значениях факторов Оценки и Силы; а понятие «Неудача в работе» наделяют менее негативным значением по фактору Оценки.

На основании этих данных можно предположить большую удовлетворенность психологов-консультантов, ведущих частную практику, в сравнении с психологами, работающими в коллективе, своей профессиональной деятельностью и большую уверенность и независимость их профессионального образа.

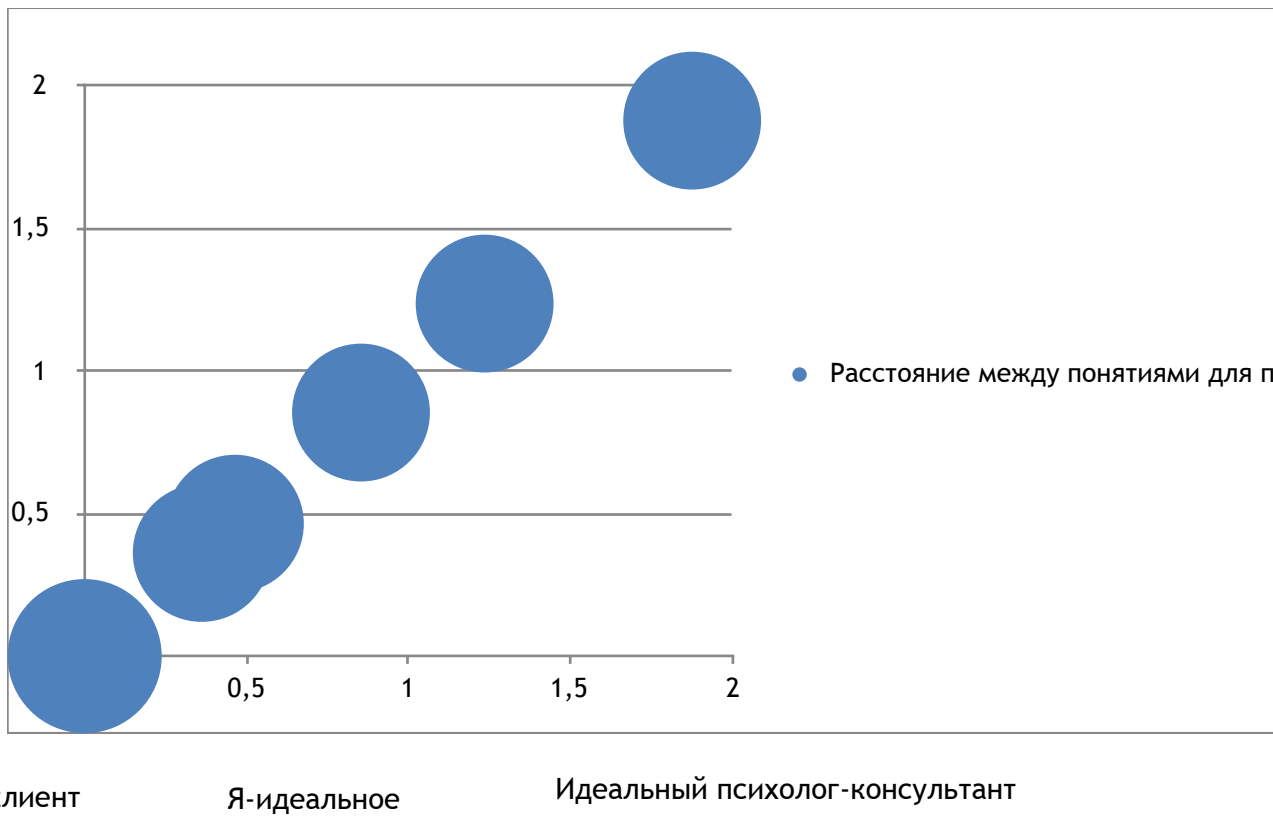
Расстояние между понятиями методики СД «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я как психолог-консультант», «Идеальный психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный клиент» в группах психологов-консультантов с разными условиями работы представлены в таблице 13 и на рисунках 13, 14.

**Таблица 13**

**Расстояние между понятиями методики СД в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.**

	<b>Я-реальное (профессиональный коллектив)</b>	<b>Я-реальное (частная практика)</b>
<b>Я-идеальное</b>	1.2352 (4)	0.9844 (4)
<b>Я как психолог-консультант</b>	0.464 (2)	0.624 (2)
<b>Идеальный психолог-консультант</b>	0.8534 (3)	0.7346 (3)
<b>Мой клиент</b>	1.8762 (5)	2.2372 (5)
<b>Идеальный клиент</b>	0.3616 (1)	0.4746 (1)
<b>Моя работа</b>	0.3789	0.5666
<b>Успех в работе</b>	0.9153	1.0911
<b>Неудача в работе</b>	4.0243	4.5085





Мой клиент

Я-идеальное

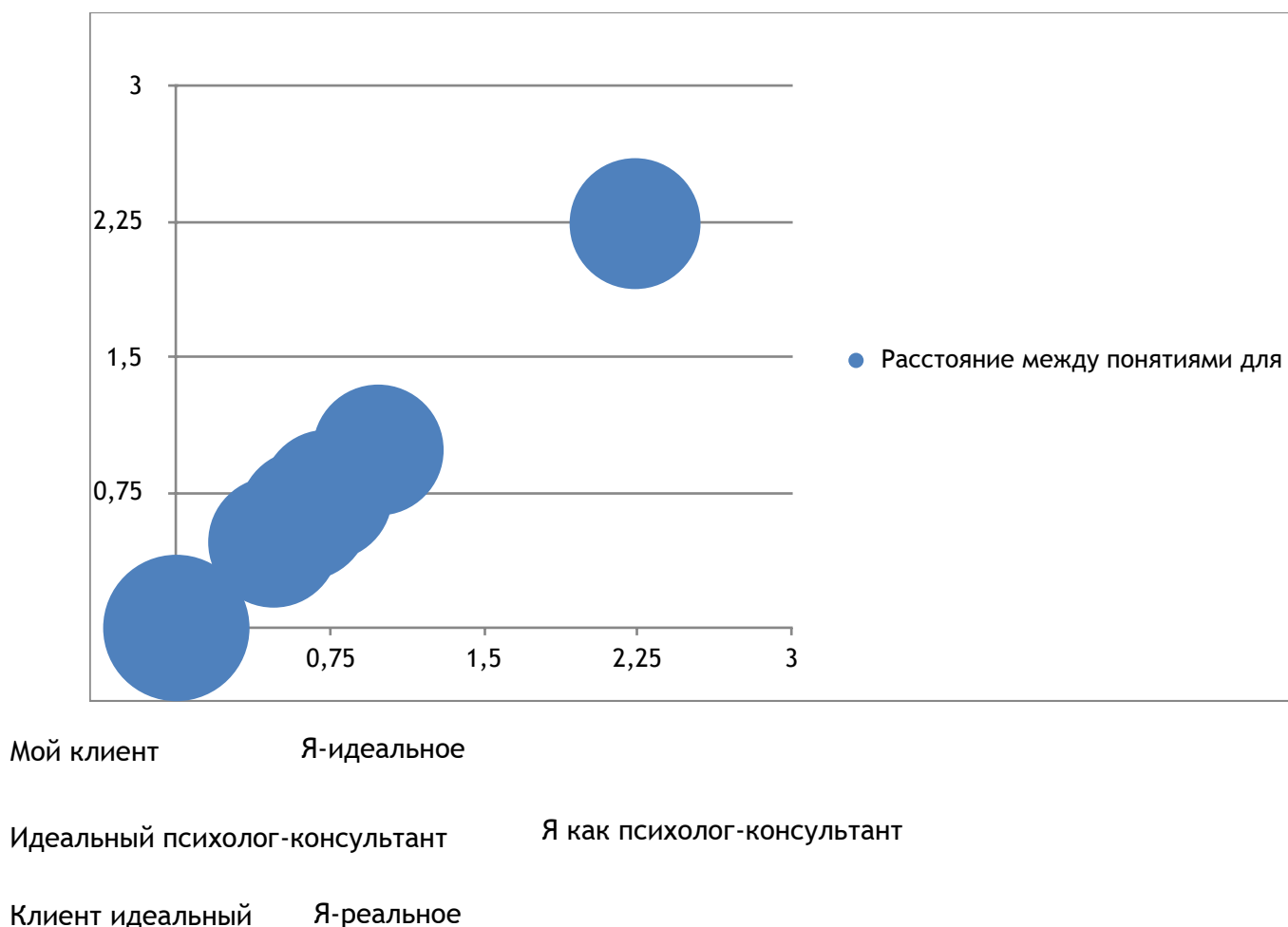
Идеальный психолог-консультант

Я как психолог-консультант

Клиент идеальный

Я-реальное

**Рис. 13** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов, работающих в профессиональном коллективе.



**Рис. 14** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов, ведущих частную практику.

Результаты анализа расстояний между понятиями методики, характеризующими отношение к себе и клиенту в группах психологов-консультантов с разными условиями работы, представленные в таблице 11 и на рисунках 13 – 14, свидетельствуют, что у психологов-консультантов, работающих в профессиональном коллективе, в сравнении с психологами, ведущими частную практику, расстояние между реальными и идеальными образами себя как личности и профессионала больше. При этом образ клиента отличается от образа «Я-реальное» в меньшей степени, чем у частнопрактикующих специалистов.

На основании этих данных можно предположить, что психологи-консультанты, ведущие частную практику, в сравнении с психологами,

работающими в профессиональном коллективе, имеют более высокую самооценку, что отражается в меньшем расстоянии между реальными и идеальными образами, а своего клиента они воспринимают наименее похожим на себя.

Различный возраст респондентов также оказывает статистически значимое влияние на некоторые шкалы методик. На основе данных, представленных в таблице 14, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Возраст» оказывает на показатель Активности для понятий: «Я как психолог-консультант» ( $-0.0078 \pm 0.49477$  для психологов-консультантов в возрасте до 30 лет,  $0.5789 \pm 0.68353$  для респондентов от 31 до 40 лет,  $0.1097 \pm 0.58908$  для респондентов старше 40 лет,  $p \leq 0.001$ ), «Мой клиент» ( $0.3594 \pm 0.58221$  для 1-ой группы,  $-0.1283 \pm 0.63828$  для 2-ой группы,  $0.0279 \pm 0.37740$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.011$ ), «Идеальный Клиент» ( $0.8661 \pm 0.50410$  для 1-ой группы,  $0.5389 \pm 0.45741$  для 2-ой группы,  $0.6290 \pm 0.35318$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.039$ ), на показатель Оценки для понятия «Мой клиент» ( $0.9511 \pm 0.88053$  для 1-ой группы,  $0.3674 \pm 0.92330$  для 2-ой группы,  $0.7041 \pm 0.59552$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.040$ ), на показатель Силы для понятий: «Я-реальное» ( $0.8150 \pm 0.71837$  для 1-ой группы,  $1.2211 \pm 0.72159$  для 2-ой группы,  $1.3645 \pm 0.65614$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.034$ ), «Я-идеальное» ( $1.8111 \pm 0.56634$  для 1-ой группы,  $2.2640 \pm 0.64837$  для 2-ой группы,  $1.8414 \pm 0.71658$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.016$ ).

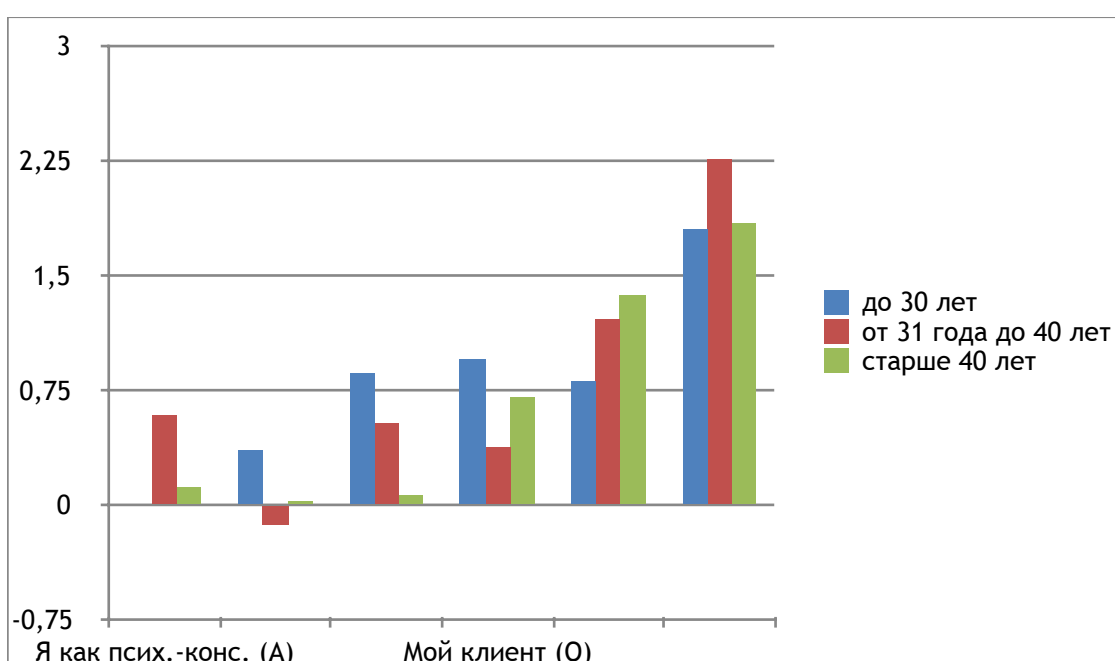
На уровне тенденции ( $p > 0,05$ ) фактор «Возраст» оказывает влияние на показатель Активности для понятия «Идеальный психолог-консультант» ( $p \leq 0.095$ ).

#### Таблица 14

### Одномерные критерии влияния независимой переменной «Возраст» на факторы методики «Семантический дифференциал».

Возраст	Сумма квадратов типа III	Степень свободы	Средний квадрат	F	p
Я как психолог-консультант (фактор Активности)	5.457	2	2.728	7.242	<b>0.001</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Активности)	2.176	2	1.088	2.421	<b>0.095</b>
Мой клиент (фактор Активности)	2.829	2	1.415	4.735	<b>0.011</b>
Идеальный клиент (фактор Активности)	1.281	2	.641	3.391	<b>0.039</b>
Мой клиент (фактор Оценки)	4.409	2	2.205	3.343	<b>0.040</b>
Я-реальное (фактор Силы)	3.444	2	1.722	3.530	<b>0.034</b>
Я-идеальное (фактор Силы)	3.792	2	1.896	4.390	<b>0.016</b>

Статистически значимые различия между группами разных возрастов по показателям Активности для понятий «Я как психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный Клиент», Оценки для понятия «Мой клиент», Силы для понятий «Я-реальное», «Я-идеальное» представлены ниже (см. рис.15).



**Рис. 15 Значения факторов СД, обнаруживающих значимые различия от возраста.**

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от возраста свидетельствуют, что психологи-консультанты в возрасте до 30 лет представляют клиента более привлекательным и активным, чем респонденты более старшего возраста (факторы Оценки и Активности). При этом психологи-консультанты в возрасте до 30 лет в сравнении с психологами старше 30 лет представляют себя как профессионала более пассивными, себя как личность менее уверенными и независимыми, с менее развитыми волевыми характеристиками, что отражается в низких значениях факторов Активности для понятия «Я как психолог-консультант» и Силы для понятия «Я-реальное».

Таким образом, психологи-консультанты в возрасте до 30 лет в сравнении респондентами старшего возраста имеют более низкую самооценку, что отражается в низких значениях реальных и идеальных образов, а к своему клиенту имеют более эмоционально благоприятное отношение.

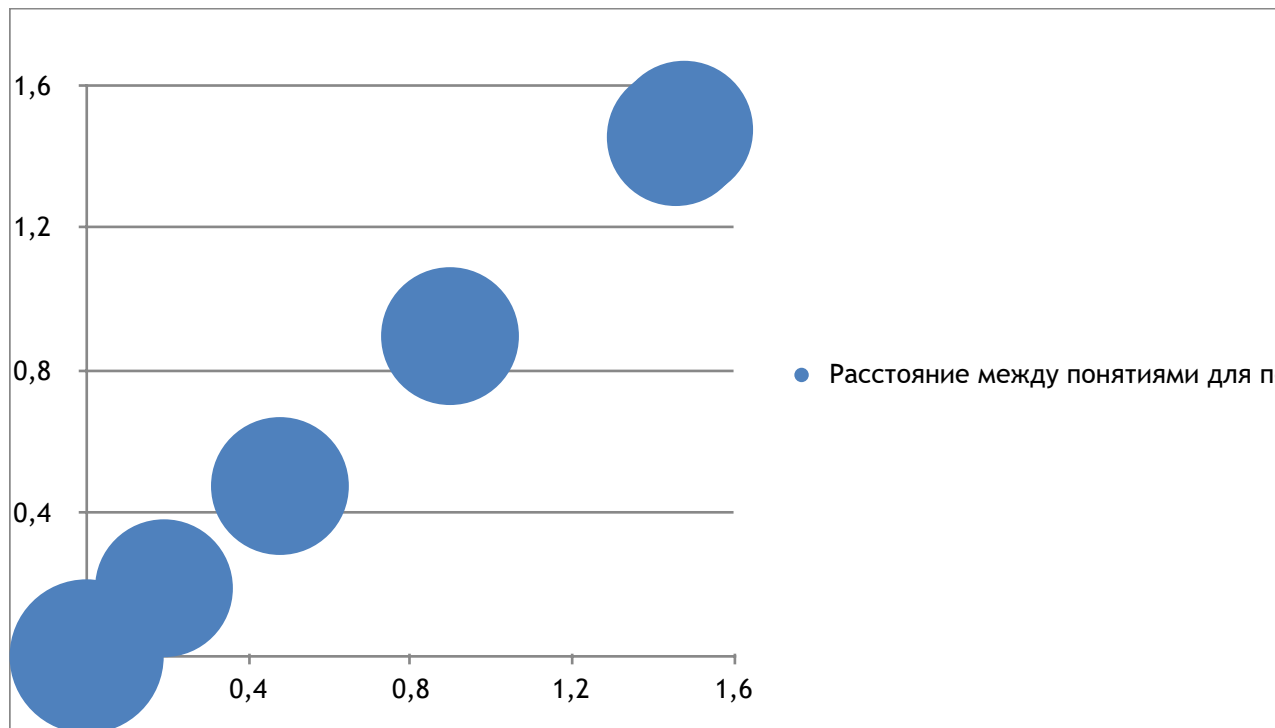
Расстояние между понятиями методики СД «Я-реальное», «Я-идеальное», «Я как психолог-консультант», «Идеальный психолог-консультант», «Мой клиент», «Идеальный клиент» в группах психологов-консультантов разного возраста представлены в таблице 15 и на рисунках 16 – 18.

**Таблица 15**

**Расстояние между понятиями методики СД для фактора «Возраст».**

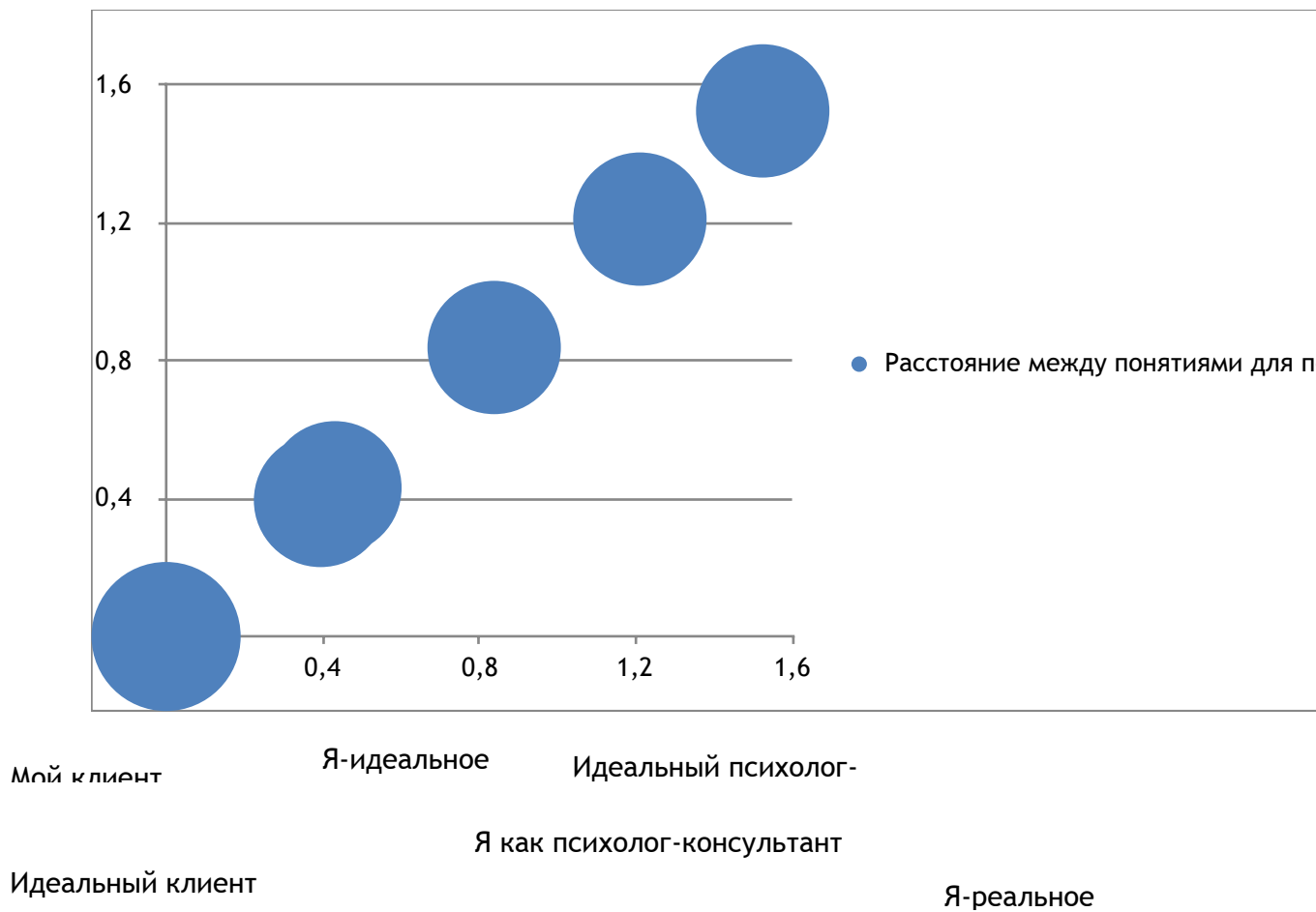
	<b>Я-реальное (до 30 лет)</b>	<b>Я-реальное (от 31 до 40 лет)</b>	<b>Я-реальное (старше 40 лет)</b>
<b>Я идеальный</b>	1.4555 (4)	1.2097 (4)	0.8772 (4)
<b>Я психолог-консультант</b>	0.4775 (2)	0.3943 (1)	0.8588 (3)

<b>Я идеальный психолог-консультант</b>	0.8977 (3)	0.8376 (3)	0.518 (2)
<b>Клиент реальный</b>	1.4762 (5)	1.5233 (5)	1.7491 (5)
<b>Клиент идеальный</b>	0.191 (1)	0.431 (2)	0.1987 (1)

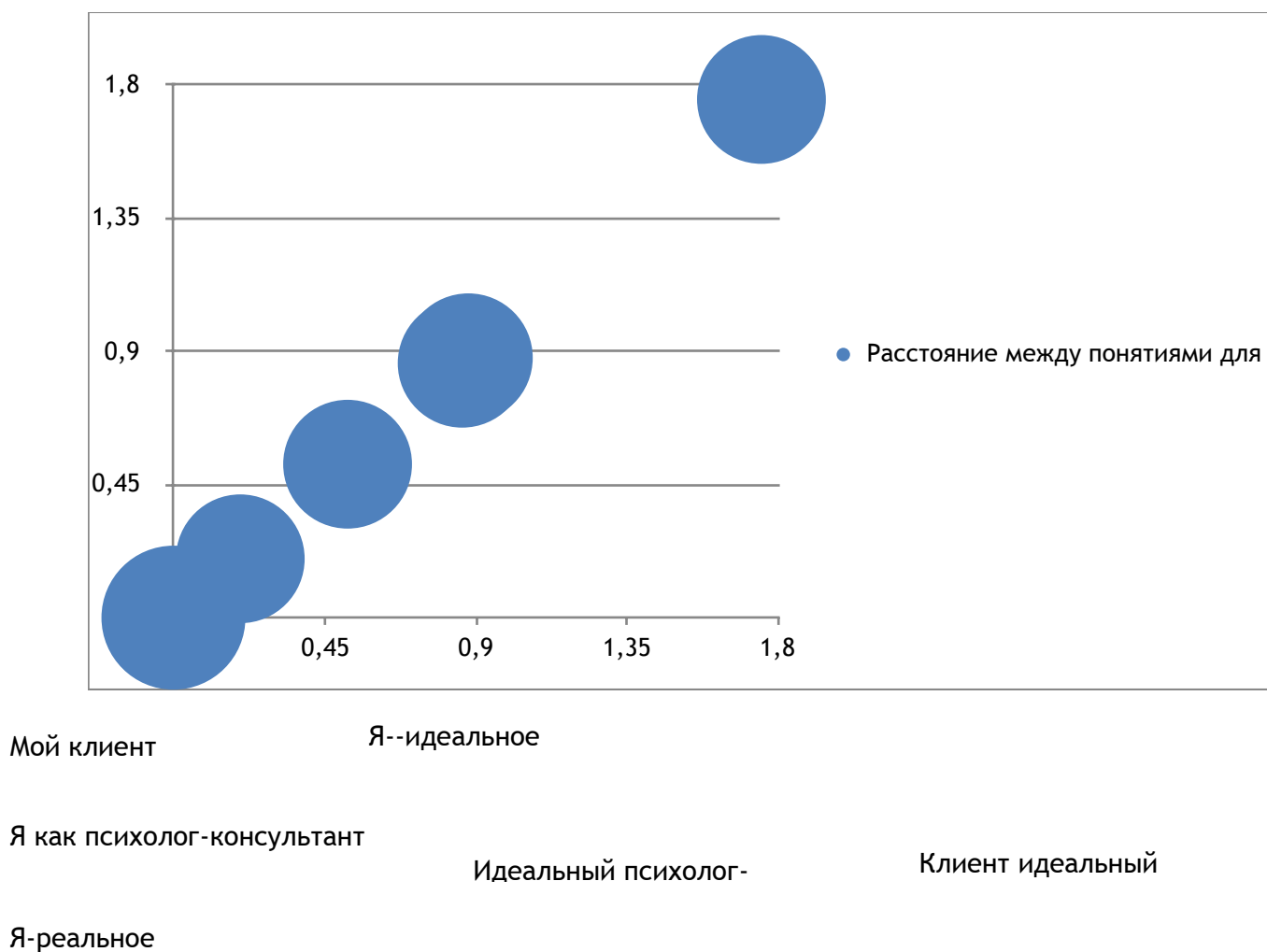


Мой клиент Я-идеальное Идеальный психолог-консультант  
 Я как психолого-консультант Клиент идеальный  
 Я-реальное

**Рис. 16** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов в возрасте до 30 лет.



**Рис. 17** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов в возрасте от 31 года до 40 лет.



**Рис. 18** Расстояние между понятиями, характеризующими отношение к себе и клиенту, в группе психологов-консультантов в возрасте старше 40 лет.

Изучение расстояний между понятиями методики, характеризующими отношение к себе и клиенту в группах психологов-консультантов разного возраста, представленные в таблице 15 и на рисунках 16 – 18, свидетельствуют, что у психологов-консультантов старше 40 лет расстояние между понятиями «Я-реальное» и «Мой клиент» больше, а расстояние между понятиями «Я-реальное» и «Я-идеальное» меньше, чем у психологов-консультантов в возрасте до 40 лет.

Таким образом, в более старшей группе респондентов клиент воспринимается наименее похожим на себя, а самооценка у представителей этой группы выше.



### **3.2 Результаты исследования личностных особенностей психологов-консультантов и их представлений о личностных особенностях клиентов**

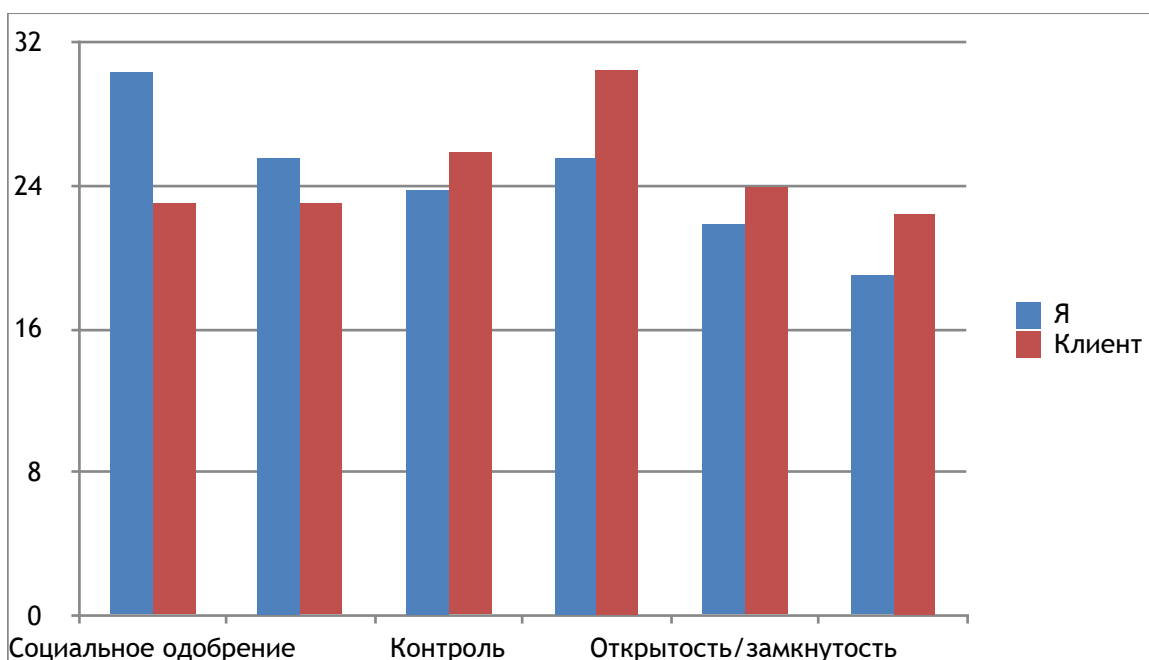
Для изучения личностных особенностей психологов-консультантов и их представлений о личностных особенностях клиентов, использовался Гиссенский личностный опросник (ГО) в двух вариантах: «Я», «Клиент».

В таблице 16 и на рисунке 19 представлены результаты исследования личностных особенностей психологов-консультантов и их представлений о личностных особенностях клиентов по всей выборке.

**Таблица 16**

#### **Значения шкал ГО в группе психологов консультантов.**

	<b>Я</b>	<b>Клиент</b>
<b>Социальное одобрение</b>	30.26	22.96
<b>Доминантность</b>	25.55	23.02
<b>Контроль</b>	23.73	25.91
<b>Преобладающее настроение</b>	25.5	30.49
<b>Открытость / замкнутость</b>	21.78	23.94
<b>Социальные способности</b>	18.98	22.37



**Рис. 19** Значения шкал Гиссенского опросника в группе психологов-консультантов.

Данные, представленные в таблице 16 и на рисунке 19, свидетельствуют о наличии расхождений между тем, как психологи-консультанты представляют себя и своего клиента. В наибольшей степени это характерно для шкал «Социальное одобрение» (расхождение в 7.23 баллов) и «Преобладающее настроение» (в -4.93 балла). В меньшей степени расхождения характерны для шкал: «Социальные способности» (в -3.40 балла), «Доминантность» (в 2.35 балла), «Контроль» (в -2.17 балла), «Открытость / Замкнутость» (в -2.02 балла).

На основании этих данных можно говорить, что психологам-консультантам свойственна уверенность в своей положительной социальной репутации, привлекательности, популярности, способности добиваться поставленной цели, уважении и высокой оценке других людей. Кроме того, психологам-консультантам свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента, меньшем уважении к нему окружающих и меньшей способности добиваться поставленной цели, что отражается в заниженных значениях шкалы «Социальное одобрение». Участники исследования характеризуют своих клиентов как более склонных к состоянию подавленности, более зависимых и самокритичных, с тенденцией направлять агрессию против собственного «Я» (шкала «Преобладающее

настроение»). При этом респонденты описывают своих клиентов выше по шкале «Социальная способность (потентность)», то есть в большей степени способных на сильные чувства и близкие межличностные отношения. По другим шкалам ГО психологи-консультанты описывают себя как более терпеливых и менее склонных к агрессии или импульсивности (шкалы «Доминантность» и «Контроль»). Кроме того, представляют клиента в состоянии большего психологического напряжения, а также более замкнутым, недоверчивым, отстраненным от других людей, стремящимся скрывать собственную потребность в любви (шкала «Открытость / Замкнутость»).

Таким образом, психологи-консультанты представляют своего клиента, наделенным личностными особенностями, существенно отличающимися от своих личностных характеристик.

Анализ результатов исследования осуществлялся с помощью многомерного дисперсионного анализа и описательных статистик. Факторами, влияющими на зависимые переменные, являлись: «Образование» (2 группы: психологи-консультанты, имеющие основное психологическое образование, и психологи-консультанты, прошедшие профессиональную переподготовку); «Стаж» (3 группы: психологи-консультанты с опытом работы от 1 года до 3х лет, от 3х лет до 10 лет и более 10 лет); «Условия работы» (2 группы: психологи-консультанты, работающие в профессиональном коллективе и психологи-консультанты, ведущие частную практику) и «Возраст» (3 группы: психологи-консультанты в возрасте до 30 лет, от 31 года до 40 лет или старше 40 лет). Зависимыми переменными являлись шкалы ГО: «Социальное одобрение», «Доминантность», «Контроль», «Преобладающее настроение», «Открытость / Замкнутость», «Социальные способности». Значения статистически значимых многомерных критериев представлены в таблице 17, 18.

#### **Таблица 17**

#### **Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей «Гиссенского личностного опросника» в связи со стажем.**

Независимые факторы	Значение След Пиллая	Значение лямбда Уилкса	F	Степень свободы	Ошибка степени свободы	p
Свободный член	0.998	0.002	3215,596	15.000	68.000	<b>0.000</b>
Стаж	0.544	0.530	2,147	24.000	138.000	<b>0.003</b>

**Таблица 18**

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей «Гиссенского личностного опросника» в связи с возрастом.**

Независимые факторы	Значение След Пиллая	Значение лямбда Уилкса	F	Степень свободы	Ошибка степени свободы	p
Свободный член	0.998	0.002	3294,839	12.000	68.000	<b>0.000</b>
Возраст	0.513	0.547	1,985	24.000	138.000	<b>0.008</b>

Данные, представленные в таблице 17, 18, свидетельствуют, что факторы «Стаж» и «Возраст» статистически значимо влияют на дисперсию всех шкал опросника. Это означает, что личностные особенности психологов-консультантов и их представления о личностных особенностях клиентов различаются в зависимости от стажа профессиональной деятельности и возраста.

Для выявления частных воздействий вышеуказанных факторов на отдельные шкалы приводим одномерные критерии влияния. На основе данных, представленных в таблице 19, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Стаж» оказывает на показатель «Я» для шкал: «Социальное одобрение» ( $29.5000 \pm 3.80601$  для психологов-консультантов с опытом работы от 1 года до 3х лет,  $29.8000 \pm 5.10848$  для психологов-консультантов с опытом работы от 3х до 10 лет,  $32.8125 \pm 3.67367$  для психологов-консультантов с опытом работы более 10 лет,  $p \leq 0.034$ ), «Доминантность» ( $25.8333 \pm 4.41750$  для 1-ой группы,  $26.4333 \pm 3.59773$  для 2-ой группы,  $23.2500 \pm 2.81662$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.029$ ), «Социальные способности» ( $17.8611 \pm 4.32371$  для 1-ой

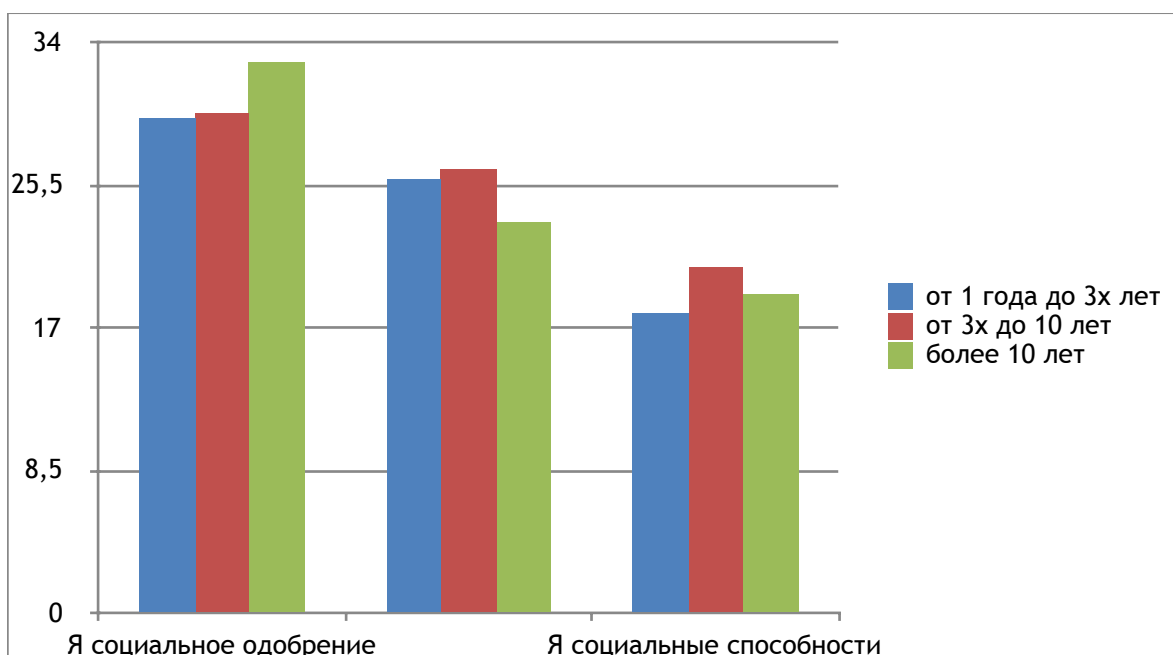
группы,  $20.5333 \pm 3.52071$  для 2-ой группы,  $18.5625 \pm 2.85117$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.019$ ). На уровне тенденции ( $p > 0,05$ ) фактор «Возраст» оказывает влияние на показатель «Я» для шкалы «Открытость / Замкнутость» ( $p \leq 0.090$ ), на показатель «Клиент» для шкалы «Открытость / Замкнутость» ( $p \leq 0.070$ ).

**Таблица 19**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Стаж» на шкалы методики «Гиссенский личностный опросник».**

<b>Стаж</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
«Я» Социальное одобрение	131.384	2	65.692	3.539	<b>0.034</b>
«Я» Доминантность	110.938	2	55.469	3.722	<b>0.029</b>
«Я» Открытость – Замкнутость	87.506	2	43.753	2.479	<b>0.090</b>
«Клиент» Открытость – Замкнутость	74.652	2	37.326	2.751	<b>0.070</b>
«Я» Социальные способности	120.241	2	60.121	4.182	<b>0.019</b>

Статистически значимые различия между группами с разным стажем профессиональной деятельности по шкалам «Я социально одобрение», «Я доминантность», «Я социальные способности» представлены ниже (см. рис. 20).



**Рис. 20** Значения шкал ГО, обнаруживающих значимое различие от стажа профессиональной деятельности.

Представленные на рисунке 20 данные свидетельствуют, что психологи-консультанты с опытом профессиональной деятельности более 10 лет описывают себя как лиц способных более успешно взаимодействовать с окружением и обладающих большей положительной социальной репутацией по сравнению с респондентами из 2х других групп. Кроме того, респонденты со стажем работы более 10 лет характеризуют себя как менее терпеливых, более агрессивных и обладающих притязаниями на первенство. Респондентам со стажем работы от 3х до 10 лет в большей степени свойственно оценивать себя как личность способную на сильные чувства, близкие отношения и самоотдачу в творческой деятельности.

На основании этих данных можно предположить, что психологи-консультанты со стажем более 10 лет обладают более высокой самооценкой, чем психологи-консультанты с опытом профессиональной деятельности менее 10 лет.

Различный возраст респондентов также оказывает статистически значимое влияние на некоторые шкалы методик. На основе данных,

представленных в таблице 20, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Возраст» оказывает на показатель «Я» для шкалы «Преобладающее настроение» ( $28.4444 \pm 5.28285$  для психологов-консультантов в возрасте до 30 лет,  $24.6857 \pm 4.42434$  для респондентов от 31 до 40 лет,  $24.6552 \pm 4.84234$  для респондентов старше 40 лет,  $p \leq 0.015$ ), на показатель «Клиент» для шкалы «Преобладающее настроение» ( $28.6111 \pm 3.64835$  для 1-ой группы,  $30.2857 \pm 3.13023$  для 2-ой группы,  $31.8966 \pm 5.45334$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.036$ ).

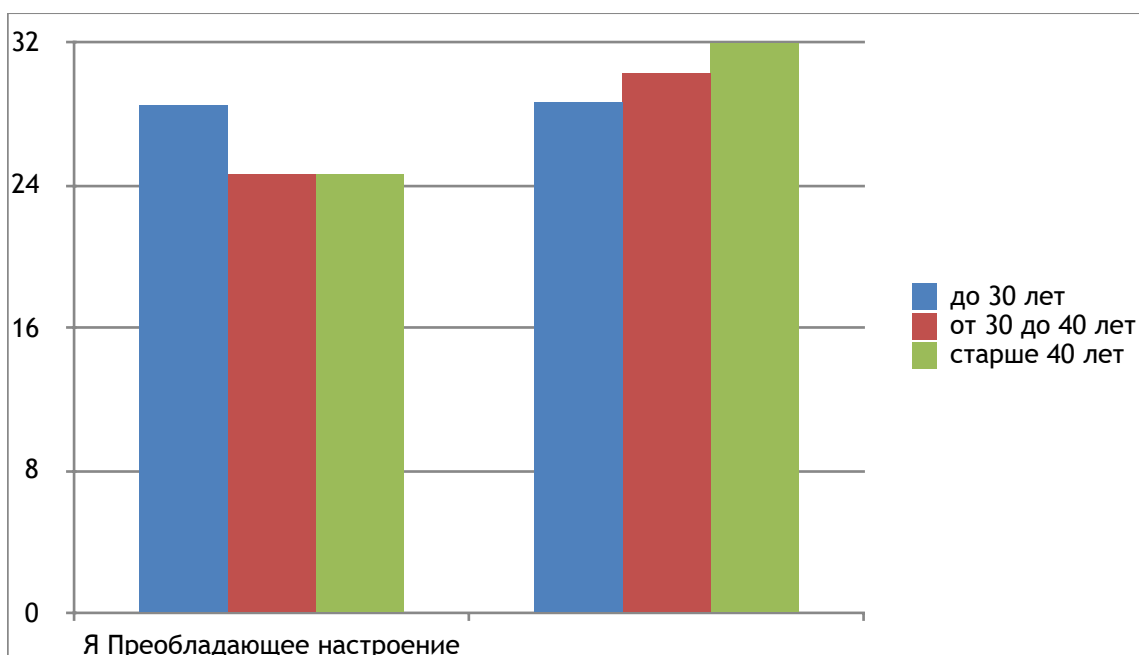
На уровне тенденции ( $p > 0,05$ ) фактор «Возраст» оказывает влияние на показатель «Я» для шкалы «Социальное одобрение» ( $p \leq 0.099$ ), на показатель «Клиент» для шкалы «Социальное одобрение» ( $p \leq 0.090$ ).

**Таблица 20**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Возраст» на шкалы методики «Гиссенский личностный опросник».**

<b>Возраст</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
«Я» Преобладающее настроение	199.961	2	99.980	4.396	<b>0.015</b>
«Клиент» Преобладающее настроение	122.378	2	61.189	3.472	<b>0.036</b>

Статистически значимые различия между группами разного возраста по шкалам «Я преобладающее настроение», «Клиент преобладающее настроение» представлены ниже (см. рис. 21).



**Рис. 21** Значения шкал ГО, обнаруживающих значимое различие от возраста.

Представленные на рисунке 21 данные свидетельствуют, что психологи-консультанты старше 30 лет в сравнении с респондентами до 30 лет представляют своих клиентов в сравнении с собой чаще бывающими подавленными, более склонными к рефлексии, более робкими, зависимыми, скрывающими досаду и более самокритичными.

Таким образом, психологи-консультанты в возрасте до 30 лет в большей степени, чем респонденты старше 30 лет наделяют себя и клиента схожими личностными характеристиками.

Для анализа расхождений в ответах респондентов при заполнении ГО в двух вариантах, был проведен многомерный дисперсионный анализ показателя «Я» – «Клиент». Значения статистически значимых многомерных критериев представлены в таблице 21.

**Таблица 21**

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателя «Я» – «Клиент» «Гиссенского личностного опросника» в связи с возрастом.**



Независимые факторы	Значение След Пиллая	Значение лямбда Уилкса	F	Степень свободы	Ошибка степени свободы	p
Свободный член	0.605	0.395	18,906	6.000	74.000	<b>0.000</b>
Возраст	0.421	0.626	3,246	12.000	150.000	<b>0.000</b>

Данные, представленные в таблице 21, свидетельствуют, что фактор «Возраст» статистически значимо влияет на дисперсию всех шкал опросника. Это означает, что личностные особенности психологов-консультантов и их представления о личностных особенностях клиентов различается в зависимости от их возраста.

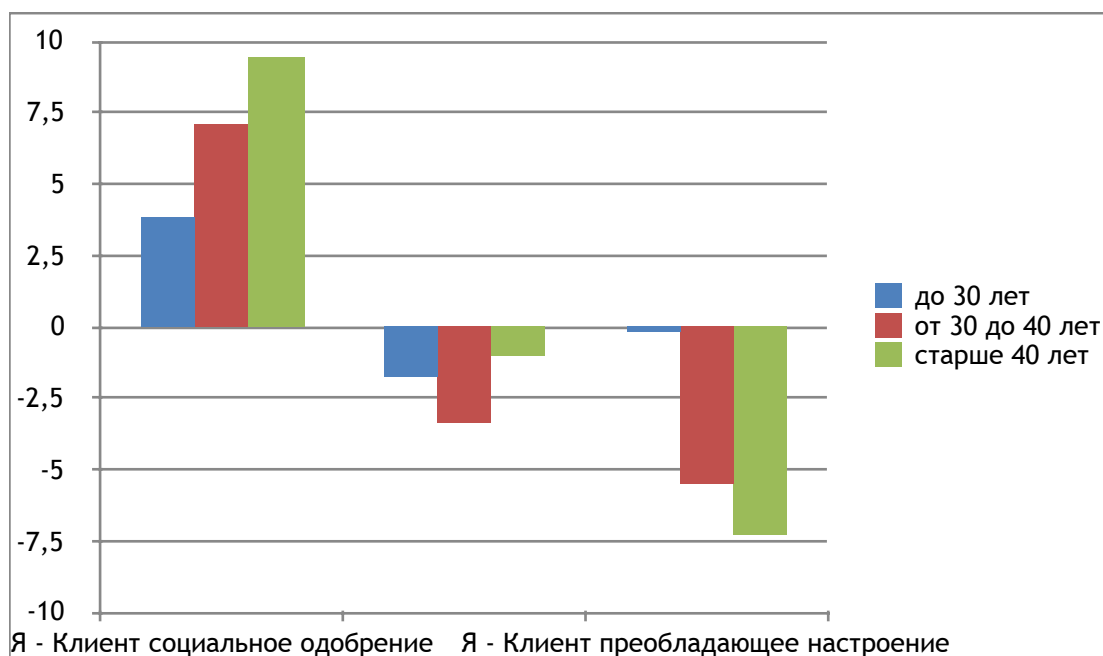
На основе данных, представленных в таблице 22, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Возраст» оказывает на показатель «Я» – «Клиент» для шкал «Социальное одобрение» ( $3.8889 \pm 7.53727$  для психологов-консультантов в возрасте до 30 лет,  $7.0857 \pm 6.34949$  для респондентов от 31 до 40 лет,  $9.4828 \pm 6.97250$  для респондентов старше 40 лет,  $p \leq 0.001$ ), «Контроль» ( $-1.7778 \pm 3.38779$  для 1-ой группы,  $-3.3714 \pm 4.06626$  для 2-ой группы,  $-0.9655 \pm 2.90913$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.011$ ), «Преобладающее настроение» ( $-0.1667 \pm 4.94975$  для 1-ой группы,  $-5.4571 \pm 5.36515$  для 2-ой группы,  $-7.2414 \pm 5.72997$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.011$ ).

**Таблица 22**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Возраст» на шкалы методики «Гиссенский личностный опросник».**

Возраст	Сумма квадратов типа III	Степень свободы	Средний квадрат	F	p
«Я» – «Клиент» Социальное одобрение	348.836	2	174.418	3.726	<b>0.028</b>
«Я» – «Клиент» Контроль	95.362	2	47.681	3.789	<b>0.027</b>
«Я» – «Клиент» Преобладающее настроение	573.065	2	286.532	9.780	<b>0.000</b>

Статистически значимые различия между группами разного возраста по всем шкалам «Я – Клиент социальное одобрение», «Я – Клиент контроль», «Я – Клиент преобладающее настроение» представлены ниже (см. рис. 22).



**Рис. 22** Значения шкал ГО, обнаруживающих значимое различие от возраста.

Полученные данные свидетельствуют, что по шкалам «Социальное одобрение» и «Преобладающее настроение» расхождение значений увеличивается с возрастом респондентов. Таким образом, психологам-консультантам более старшего возраста в сравнении с респондентами более младшего возраста свойственна большая уверенность в своей положительной социальной репутации, привлекательности, популярности, способности добиваться поставленной цели, уважении и высокой оценке других людей; при этом им свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента, меньшем уважении к нему окружающих и меньшей способности добиваться поставленной цели, что отражается в значениях шкалы «Социальное одобрение». Психологи-консультанты более старшего возраста в сравнении с респондентами более младшего возраста в большей степени характеризуют своих клиентов как более склонных к

состоянию подавленности, более зависимых и самокритичных, с тенденцией направлять агрессию против собственного «Я», что отражается в значениях шкалы «Преобладающее настроение». На основании этих данных можно предположить, что психологи-консультанты в возрасте старше 40 лет обладают более высокой самооценкой, чем психологи-консультанты более младшего возраста. При этом, психологи-консультанты до 30 лет в сравнении с психологами более старшего возраста в большей степени наделяют себя и клиента схожими личностными характеристиками.

По шкале «Контроль» респонденты в возрасте от 30 до 40 лет в большей степени, чем респонденты до 30 лет и старше 40 лет описывают себя как менее психологически напряженных по сравнению со своими клиентами.

### **3.3 Результаты исследования представлений психологов-консультантов о причинах обращения, ожиданиях, личности клиента и процессе консультирования**

Для изучения представлений участников о клиенте использовалась Анкета «Представления о клиенте», составленная для данного исследования. Респондентам предлагалось ответить на вопросы о причинах обращения и ожиданиях клиента, о консультационном процессе и об отношении к клиенту. Анализ результатов исследования осуществлялся с помощью описательных статистик по четырем факторам («Образование», «Стаж», «Условия работы» и «Возраст»). В таблице 23 представлены средние значения для вопросов анкеты по всей выборке. Респонденты присваивали каждому ответу значение от 1 до 10.

**Таблица 23**

**Средние значения для вопросов Анкеты «ПК» по всей выборке.**

<b>В а ш</b>	<b>к л и е н т</b>	<b>Трудные жизненные обстоятельства</b>	<b>7.91</b>
--------------	--------------------	---	-------------

о б р а щ а е т с я    з а помощью в следующих случаях:	Ситуации внутреннего дискомфорта и противоречий	7.60
Ваш клиент ожидает от Вас:	Поддержку	8.94
	Совет	7.32
	Дружеское участие	5.51
	Принятия на себя ответственности	5.62
	Подтверждения правильности его поступков	7.59
	<b>Помощь в решении его проблем</b>	<b>9.56</b>
	Помощь в понимании себя	8.18
Психологическая проблема у Вашего клиента возникла по причине:	Недостаточного самопонимания и неадекватной самооценки	7.95
	Плохого понимания других людей	7.44
	Неверного восприятия окружающего мира	7.84
	Тяжелой жизненной ситуации	7.43
	<b>Неправильного воспитания, неконструктивных социальных установок</b>	<b>8.39</b>
	Неконструктивного поведения	7.00
	Высокой тревожности и страха будущего	6.70
	Страх одиночества	5.61
	Страх смерти	3.50
	Нежелания брать ответственность за свою жизнь	6.06
	Желания постоянно контролировать других лиц или ситуацию	6.84
	Нежелания признавать возможную ошибочность своих поступков	5.95
	Неумения устанавливать близкие отношения	6.41
	Профессиональной несостоятельности	2.34
Личностных особенностей	7.27	

<b>Поводом ухудшения психологического состояния Вашего клиента стали:</b>	Конфликты в ближайшем окружении	7.52
	<b>Сложности в личной жизни</b>	<b>8.38</b>
	Сложности в профессиональной деятельности	2.79
	Соматическое заболевание	2.29
	Сексуальные проблемы	2.15
	Возрастной кризис	7.73
	Внешняя травмирующая ситуация	6.68
	Внутренние проблемы	7.60
<b>Вашим клиентом в процессе консультирования движет желание:</b>	Разрешить проблемную ситуацию	8.61
	Наладить нарушенные отношения	8.13
	<b>Почувствовать себя лучше</b>	<b>8.77</b>
	Научиться справляться в сложных ситуациях самостоятельно	6.22
	Найти себя в профессиональной деятельности	3.98
	Понизить тревожность и страх неопределенности	7.09
	Принять прошлое и интегрировать свой опыт в настоящем	5.17
	Научиться брать ответственность	4.21
	Изменить другого	6.02
	Стать хорошим партнером в браке, родителем	5.73
	Найти смысл своей жизни	5.85
	Научиться строить близкие отношения	6.37
<b>Как Вы считаете ситуация, с которой обратился Ваш клиент, является:</b>	Объективно сложной	7.13
	<b>Субъективно сложной</b>	<b>7.68</b>
<b>Клиент рассматривает свою жизненную</b>	Обладает определенными личностными особенностями	7.62

ситуацию как проблемную потому что:	Имеет определенные социальные установки	7.74
	Характеризуется повышенной тревожностью	6.94
	Характеризуется нежеланием брать ответственность за свою жизнь	4.63
Клиент думает, что проблемная ситуация обусловлена:	Внешними обстоятельствами	7.43
	<b>Неправильным поведением других лиц</b>	<b>8.22</b>
	Его собственными ошибочными действиями	4.96
	Его внутренними проблемами	6.12
	Его установками	4.22
	Явная причина отсутствует	2.62
Ваш клиент вызывает у Вас чувство, состояние:	Безразличие	1.15
	Злость	1.99
	Раздражение	2.12
	Скука	1.54
	Страх	1.52
	Напряжение	3.62
	<b>Сочувствие</b>	<b>9.72</b>
	Вовлеченность	8.00
	Желание позаботиться	6.34
	Теплое участие	7.24
Нейтральность	3.85	
Процесс консультирования вызывает у Вас чувство, состояние:	Ответственность за клиента	6.05
	Беспомощность перед сложностями клиента	2.26
	Злость, что не можете помочь клиенту	1.59
	Вина, что не можете улучшить жизненную ситуацию клиента	1.79
	Страх, что не сможете помочь клиенту	1.87

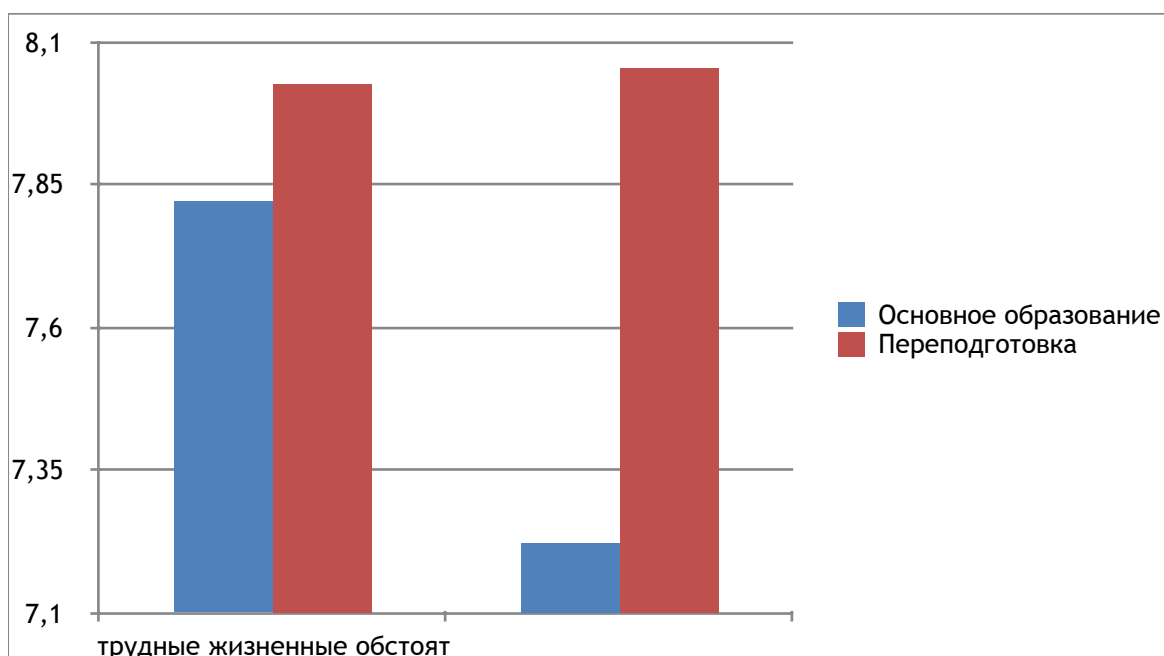
	Напряжение, что клиент ждет от Вас помощи	3.72
	Ощущение, что клиент не ценит Вашу работу	3.84
	Удовлетворение от работы	7.85
	Радость от взаимодействия с клиентом	7.46
	<b>Вовлеченность в процесс</b>	<b>8.06</b>
	Надежду, что сможете помочь клиенту	7.20
<b>Вы думаете Ваш клиент:</b>	Ленив, чтобы самостоятельно позитивно изменить свою жизнь	2.94
	Инфантилен, чтобы взять ответственность на себя	3.11
	Глуп, то есть не способен на адекватную самооценку и адаптивное поведение	1.65
	Эгоистичен, чтобы научиться строить гармоничные отношения	1.51
	Страдает в сложных жизненных обстоятельствах	8.38
	Терпеливо и со смирением переносит жизненные трудности	6.00
	<b>Боится будущего</b>	<b>8.67</b>
	Духовно и эмоционально развивается	7.78

Данные, представленные в таблице 23, свидетельствуют, что психологи-консультанты представляют, что их клиент чаще обращается за помощью в трудных жизненных обстоятельствах, чем в ситуации внутренних противоречий. В большей степени клиент ожидает помощь в решении проблем и поддержку. Психологи-консультанты видят причины психологических проблем клиента в неправильном воспитании и неконструктивных социальных установках, недостаточном самопонимании и неверном восприятии происходящих событий. Кроме того, психологи-консультанты представляют ситуацию клиента в большей степени субъективно неразрешимой, чем объективно сложной. Респонденты предполагают, что в большинстве случаев

клиент связывает возникновение психологических затруднений с поведением других людей.

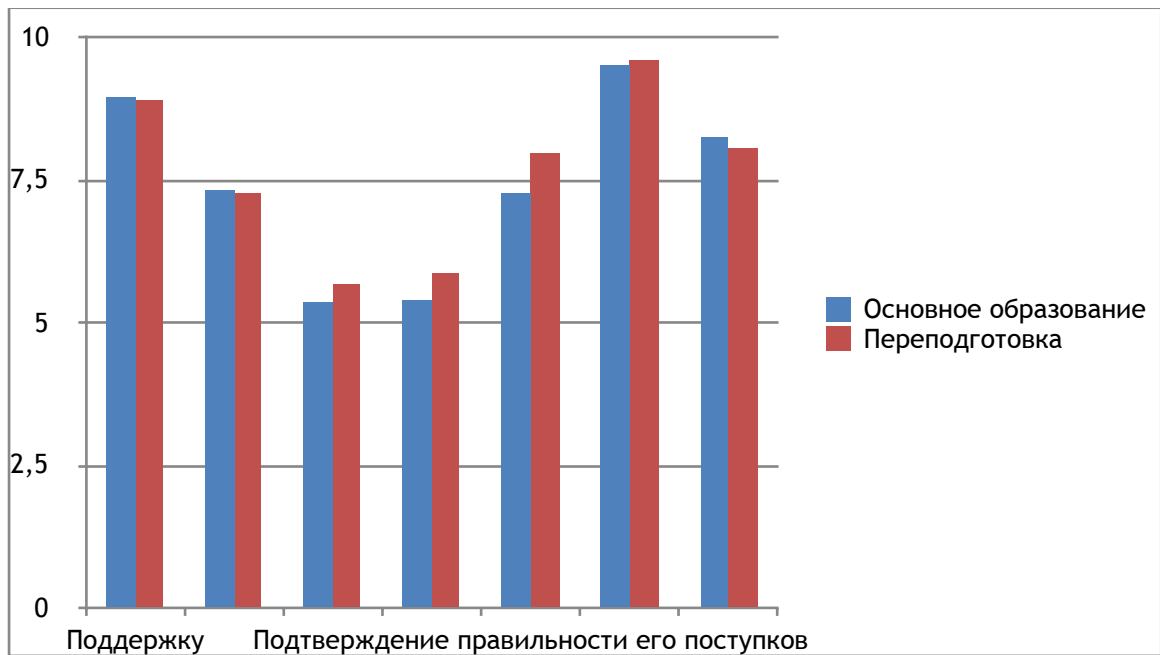
Кроме того, психологи-консультанты отметили, что в большинстве случаев клиент вызывает сочувствие и в меньших случаях безразличие, а консультационный процесс вызывает в большей степени вовлеченность и в меньшей степени злость (от невозможности помочь клиенту). Респонденты представляют клиента человеком, который боится будущего и неопределенности, испытывает страдания в сложных жизненных обстоятельствах и при этом духовно развивается.

Средние значения в группах психологов-консультантов с разным уровнем профессиональной подготовки по показателям, характеризующим представления о запросе и ожиданиях клиента, представлены на рис. 23 – 30.

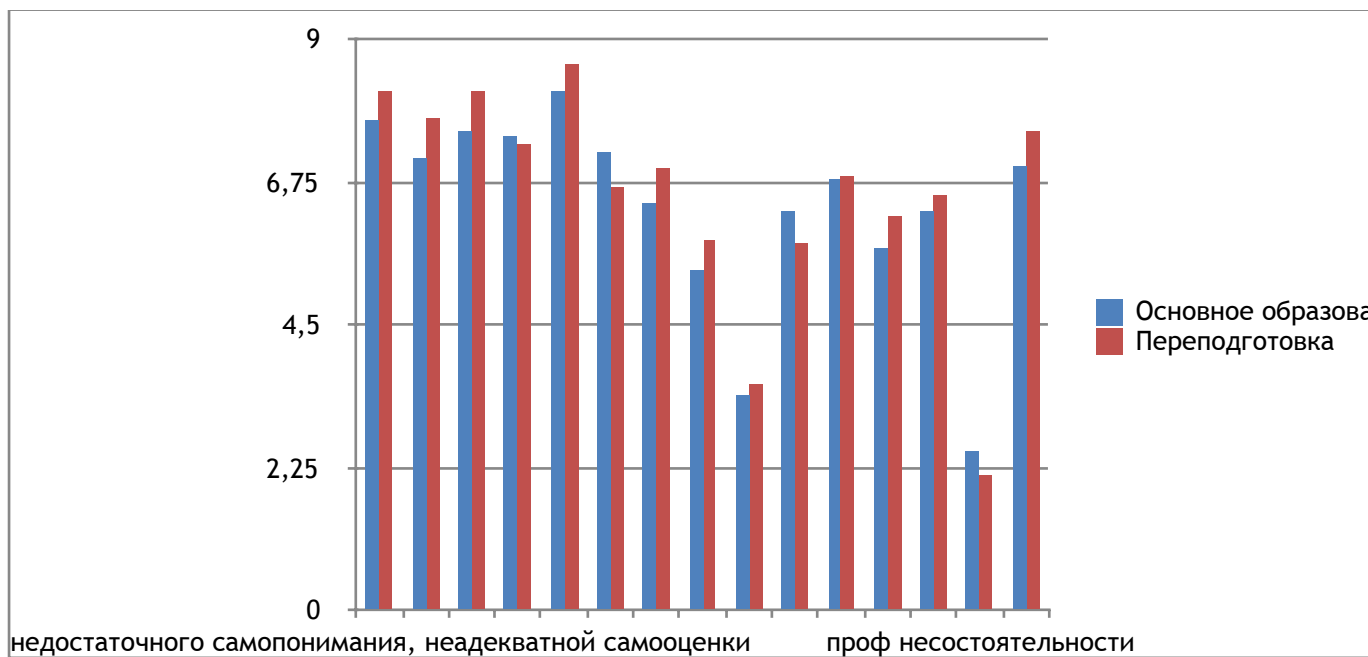


**Рис. 23** Представления о причинах обращения клиента к психологу-консультанту в группах психологов-консультантов с разным образованием.

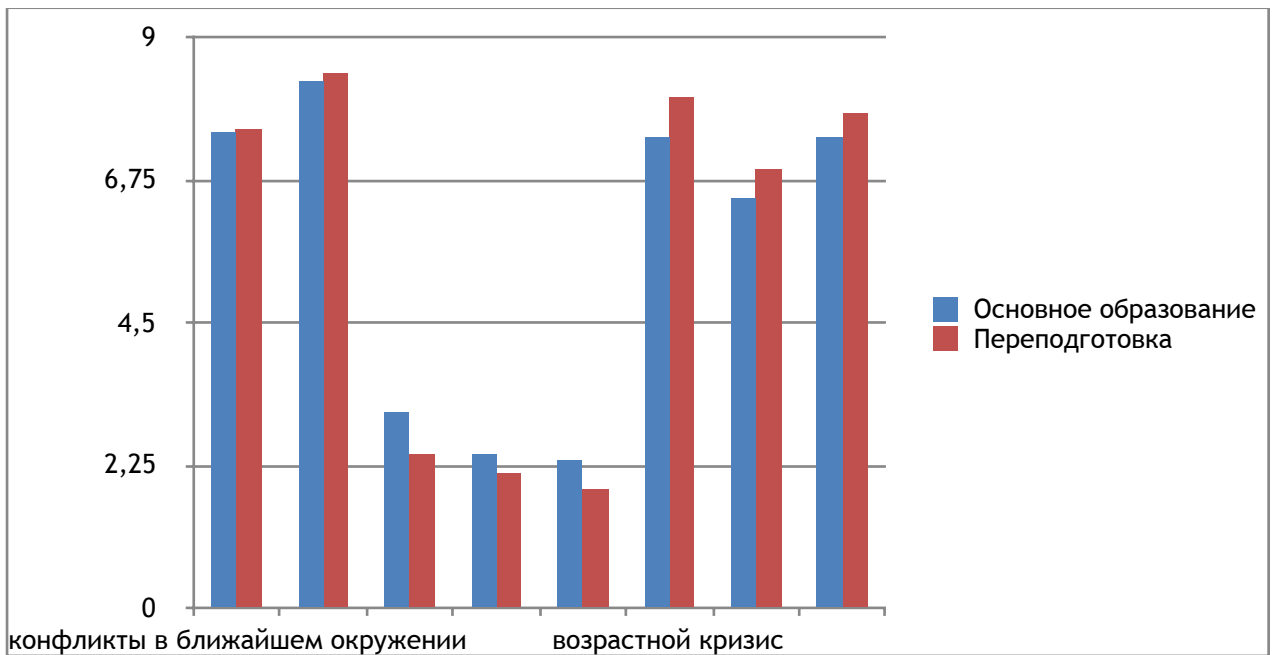




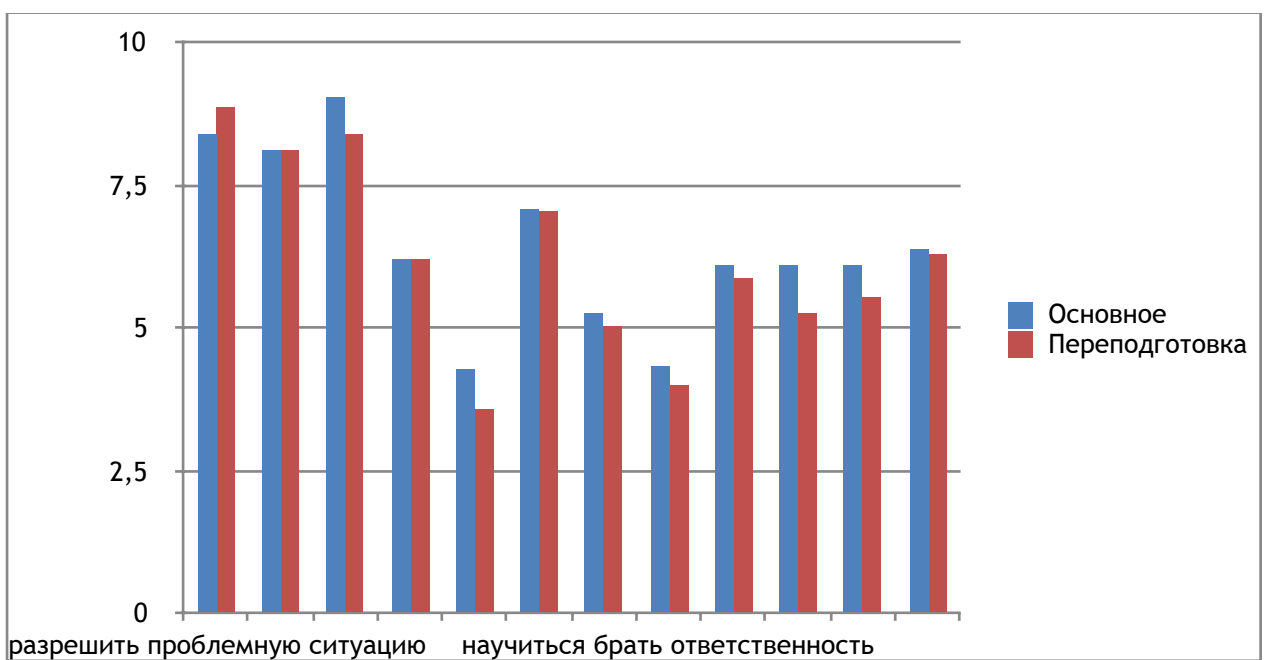
**Рис. 24** Представления об ожиданиях клиента в группах психологов-консультантов с разным образованием.



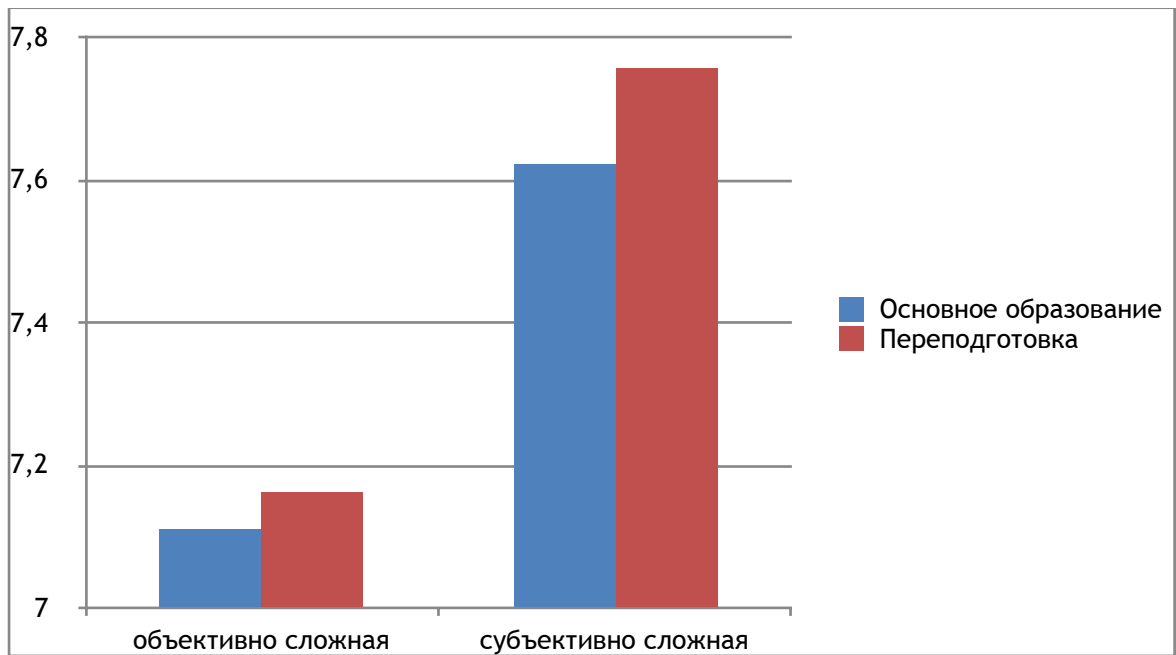
**Рис. 25** Представления о причинах возникновения психологической проблемы у клиента в группах психологов-консультантов с разным образованием.



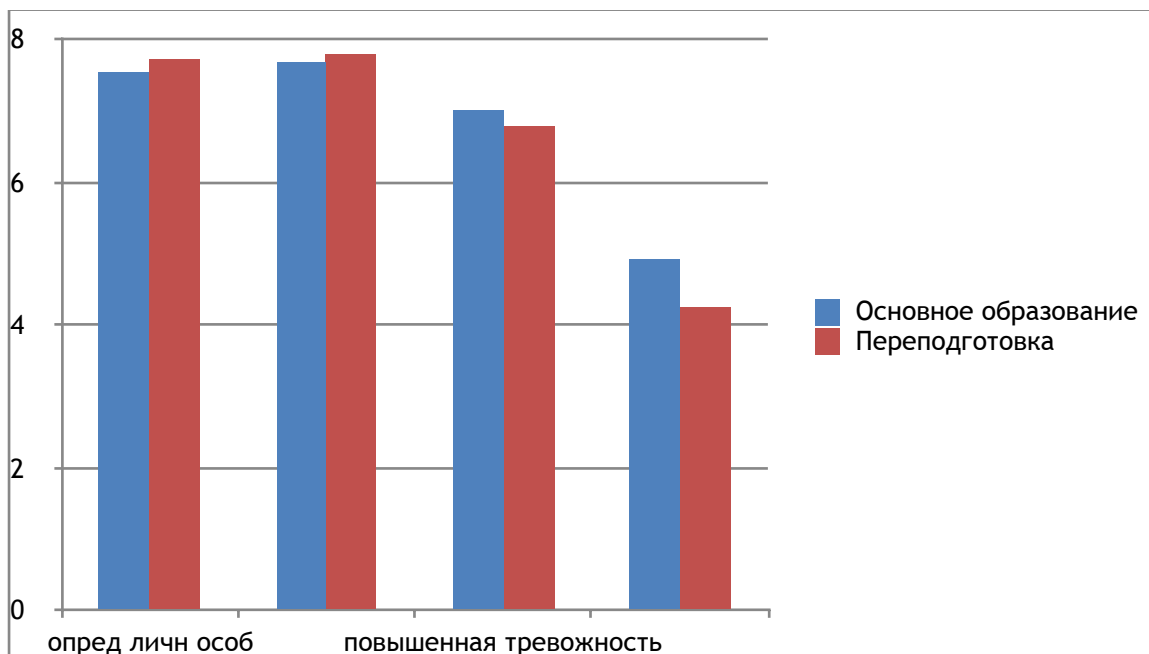
**Рис. 26** Представления о причинах ухудшения психологического состояния клиента в группах психологов-консультантов с разным образованием.



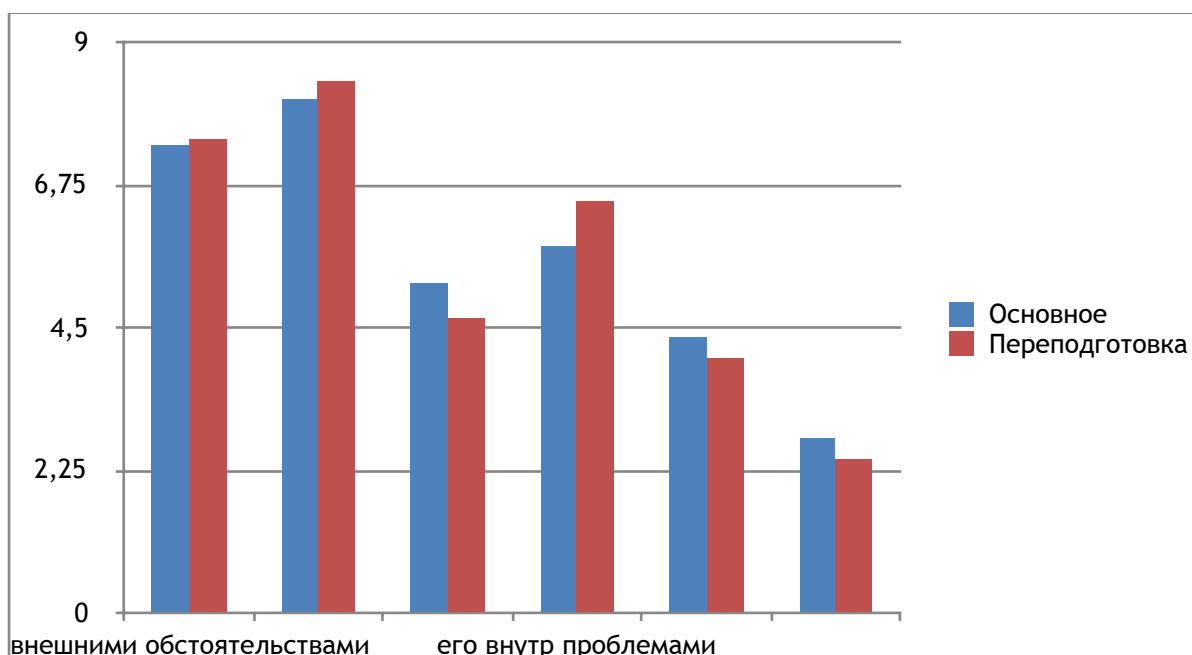
**Рис. 27** Представления о целях клиента в процессе консультирования в группах психологов-консультантов с разным образованием.



**Рис. 28** Представления о ситуации клиента в группах психологов-консультантов с разным образованием.



**Рис. 29** Представления о причинах, по которым клиент рассматривает жизненную ситуацию как проблемную, в группах психологов-консультантов с разным образованием.

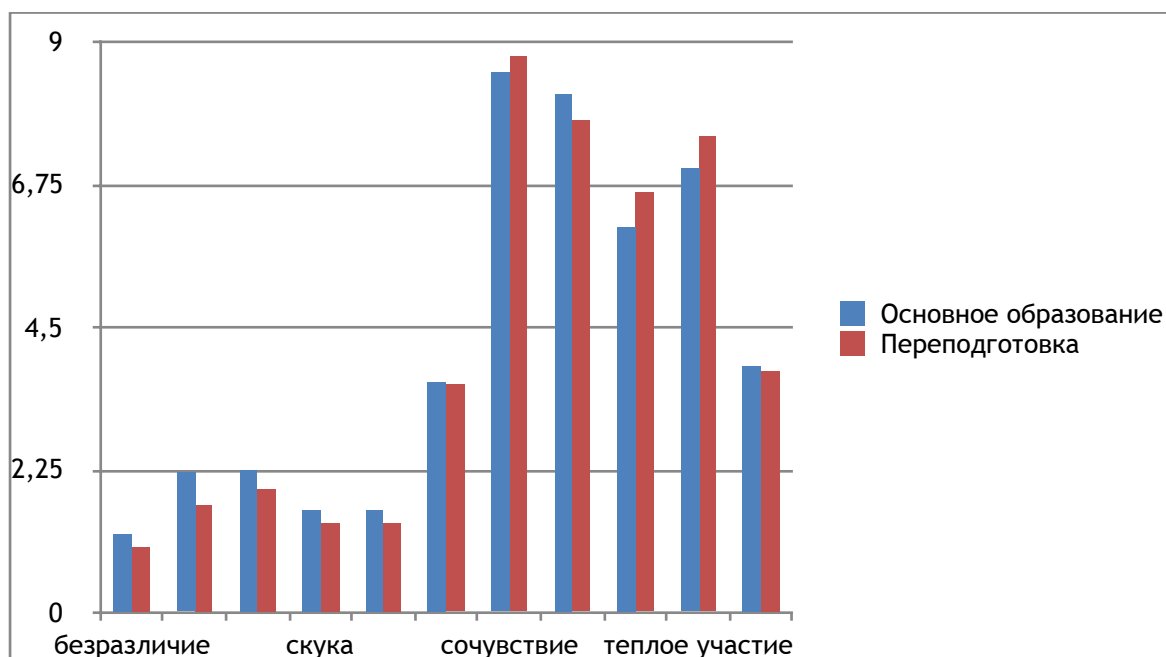


**Рис. 30 Представления о причинах проблемной ситуации клиента, в группах психологов-консультантов с разным образованием.**

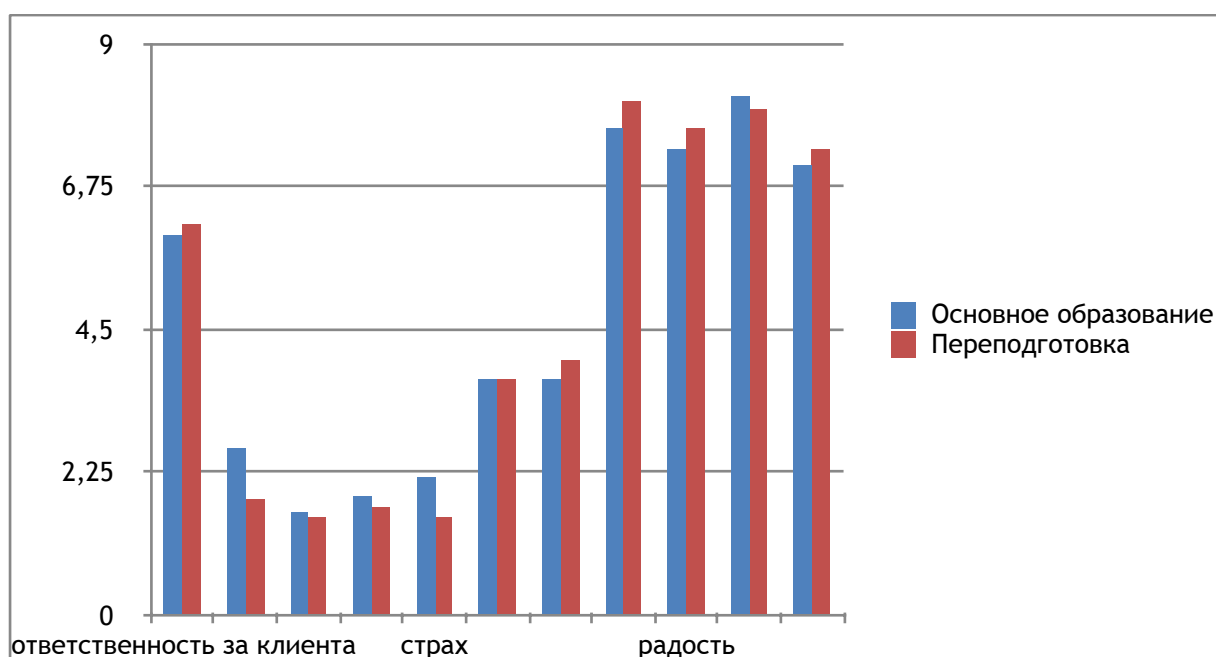
Данные, представленные на рисунках 23 – 30, свидетельствуют, что в группах психологов-консультантов с разным уровнем профессиональной подготовки, респонденты с основным образованием по психологии (1-ая группа), предполагают, что клиент обращается за помощью в большей степени в трудных жизненных обстоятельствах; а участники, прошедшие переподготовку (2-ая группа), предполагают, что клиент обращается за помощью чаще в ситуациях внутреннего дискомфорта. Психологи-консультанты обеих групп предполагают, что клиент ожидает помощь в решении проблемы. При этом, участники 1-ой группы считают, что клиентом в процессе консультирования в большей степени движет желание почувствовать себя лучше, а участники 2-ой группы считают, что клиентом в большей степени движет желание разрешить проблемную ситуацию. Респонденты обеих групп считают, что психологическая проблема у клиента возникла в результате неправильного воспитания и неконструктивных социальных установок. Кроме того, психологи-консультанты обеих групп предполагают, что ситуация клиента в большей степени субъективно сложная и обусловлена сложностями в личной жизни. Участники обеих групп предполагают, что клиент

рассматривает в качестве причины своих психологических затруднений поведение других людей.

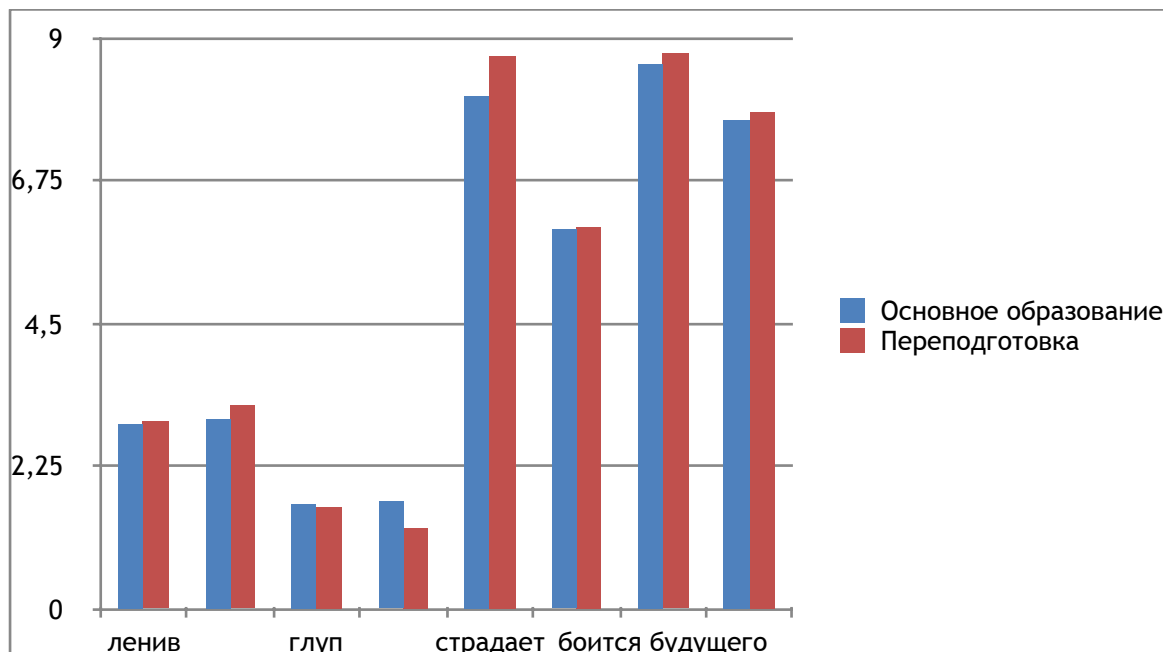
Средние значения между группами с разным уровнем профессиональной подготовки по показателям, характеризующим отношение к клиенту и процессу консультирования, представлены на рис. 31 – 33.



**Рис. 31** Чувства к клиенту в группах психологов-консультантов с разным образованием.



**Рис. 32 Чувства к процессу консультирования в группах психологов-консультантов с разным образованием.**



**Рис. 33 Представления о личности клиента в группах психологов-консультантов с разным образованием.**

Данные, представленные на рисунках 31 – 33, свидетельствуют, что у психологов-консультантов клиент вызывает в большей степени сочувствие, это чувство больше свойственно респондентам 2-ой группы. В меньшей степени клиент вызывает безразличие, это чувство больше свойственно респондентам 1-ой группы. Процесс консультирования вызывает у респондентов 1-ой группы в большей степени вовлеченность, а у респондентов 2-ой группы удовлетворение от работы. В меньшей степени процесс консультирования вызывает у участников обеих групп чувства злости (от невозможности помочь клиенту), вины (за невозможность улучшить ситуацию клиента), страха (что не сможет помочь клиенту) и беспомощности (перед сложностями клиента), эти чувства в большей степени свойственны респондентам 1-ой группы. Респонденты представляют, что клиент боится будущего и неопределенности, страдает в сложных жизненных обстоятельствах, в большей мере эти чувства свойственны респондентам 2-ой группы. В меньшей степени психологи-консультанты обеих

групп представляют, что их клиент глуп (т.е., неспособен на адекватную самооценку и адаптивное поведение), эгоистичен (чтобы научиться строить гармоничные отношения), эти чувства в большей степени свойственны респондентам 1-ой группы.

Полученные данные свидетельствуют, что психологи-консультанты с основным образованием по психологии представляют ситуацию клиента субъективно сложной и связанной с трудными жизненными обстоятельствами. Психологи-консультанты, прошедшие переподготовку, также представляют ситуацию клиента субъективно неразрешимой, но при этом связанной с внутренними проблемами. Кроме того, психологи-консультанты, прошедшие переподготовку по психологии, имеют более высокие значения по позитивным значениям вопросов, спрашивающих об отношении к клиенту и процессу консультирования и более низкие значения по негативным показателям этих вопросов.

Средние значения между группами с разным стажем профессиональной деятельности по показателям, характеризующим представления о запросе и ожиданиях клиента, представлены на рис. 34 – 41.

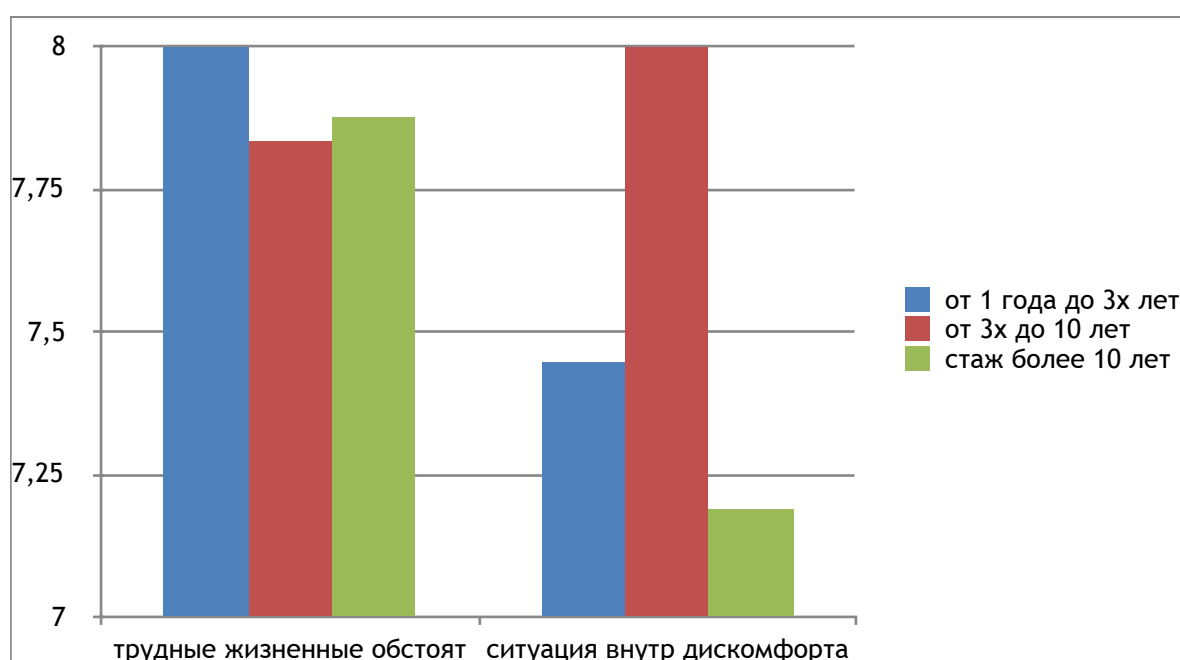
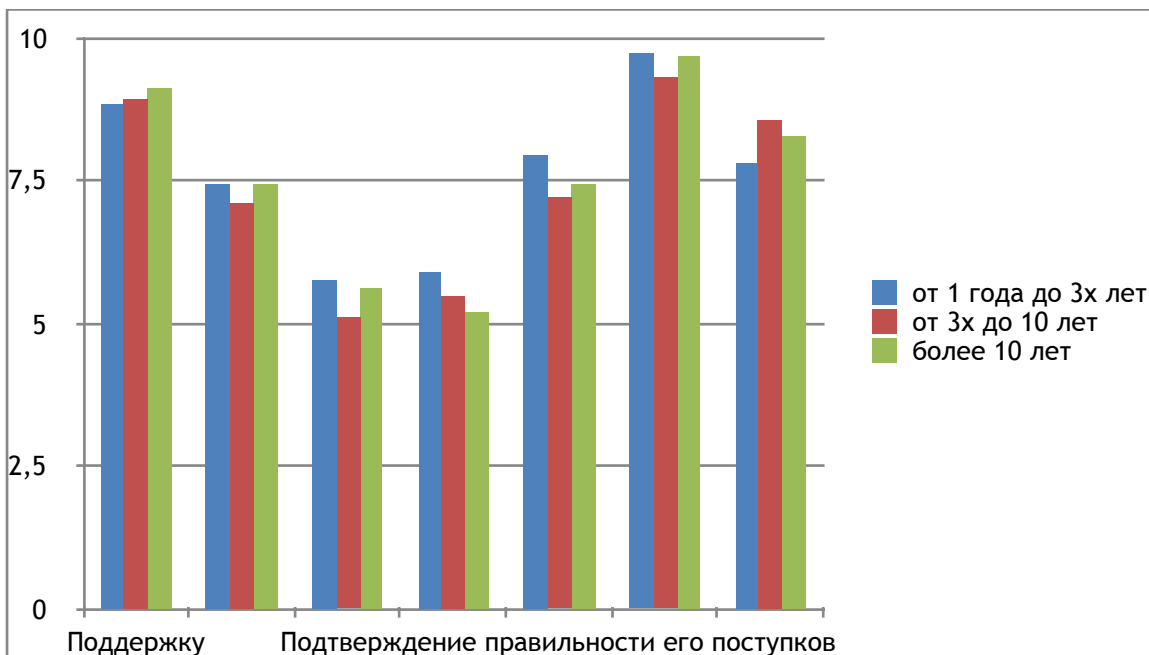
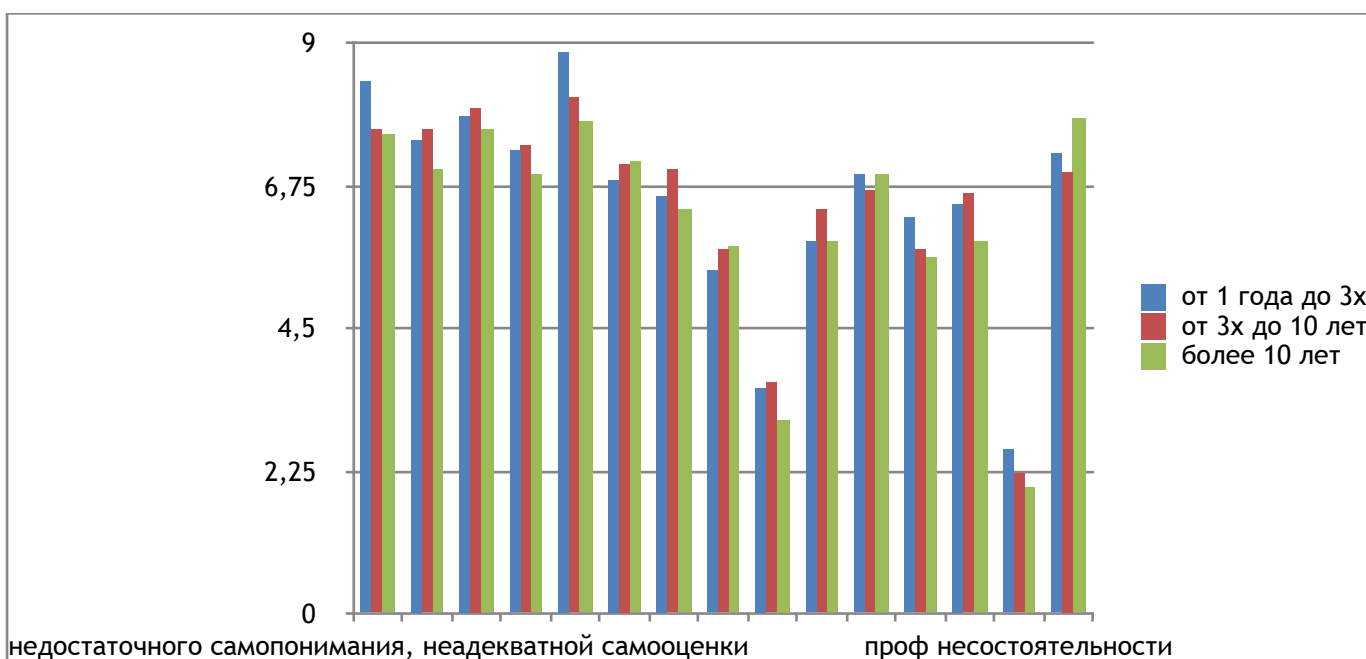


Рис. 34

**Представления о причинах обращения клиента к психологу-консультанту в группах психологов-консультантов с разным стажем.**

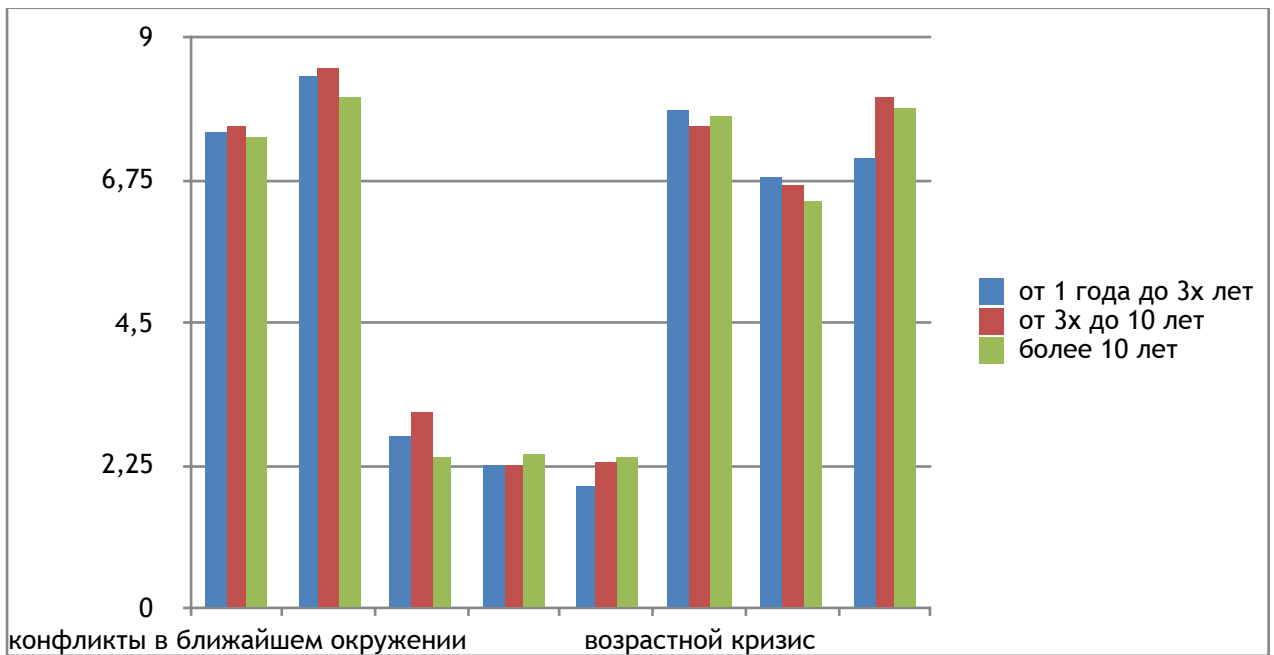


**Рис. 35** Представления об ожиданиях клиента в группах психологов-консультантов с разным стажем.

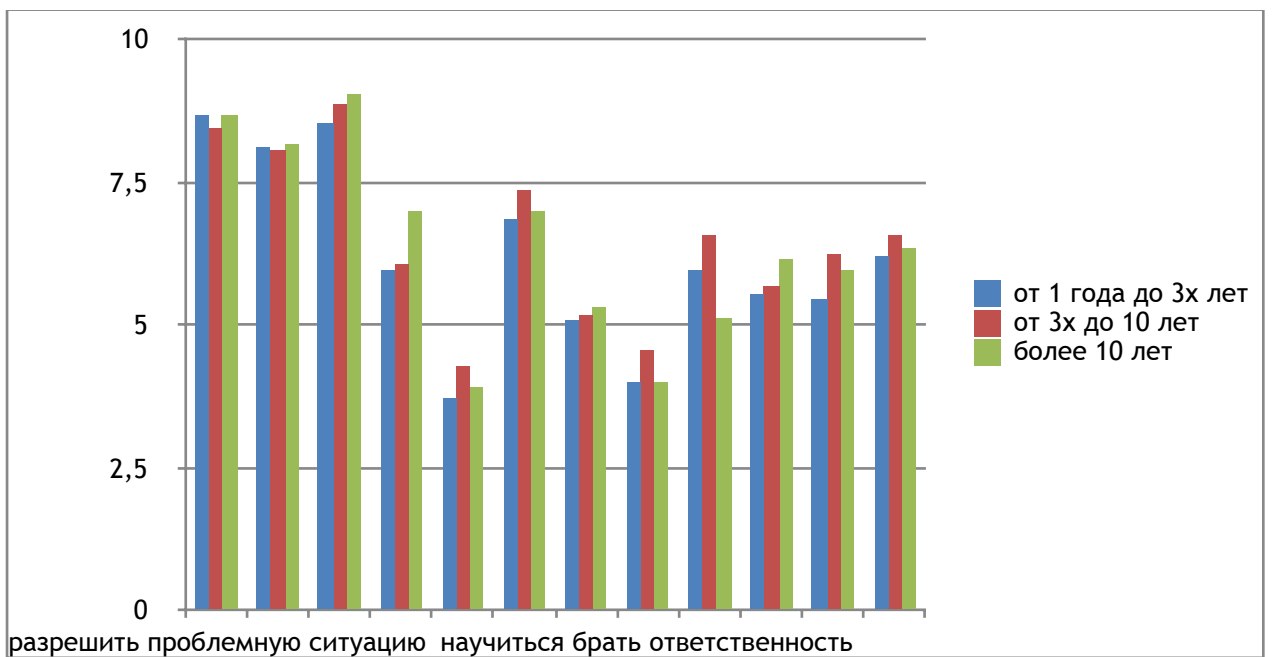


**Рис. 36** Представления о причинах возникновения психологической проблемы у клиента в группах психологов-консультантов с разным стажем.

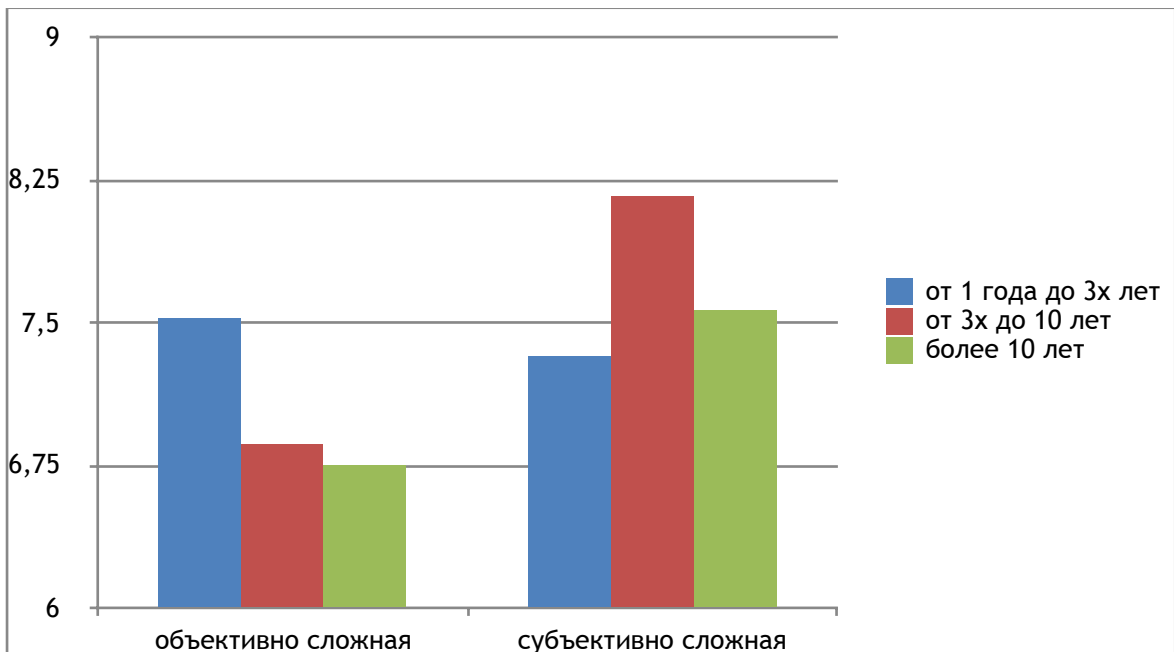




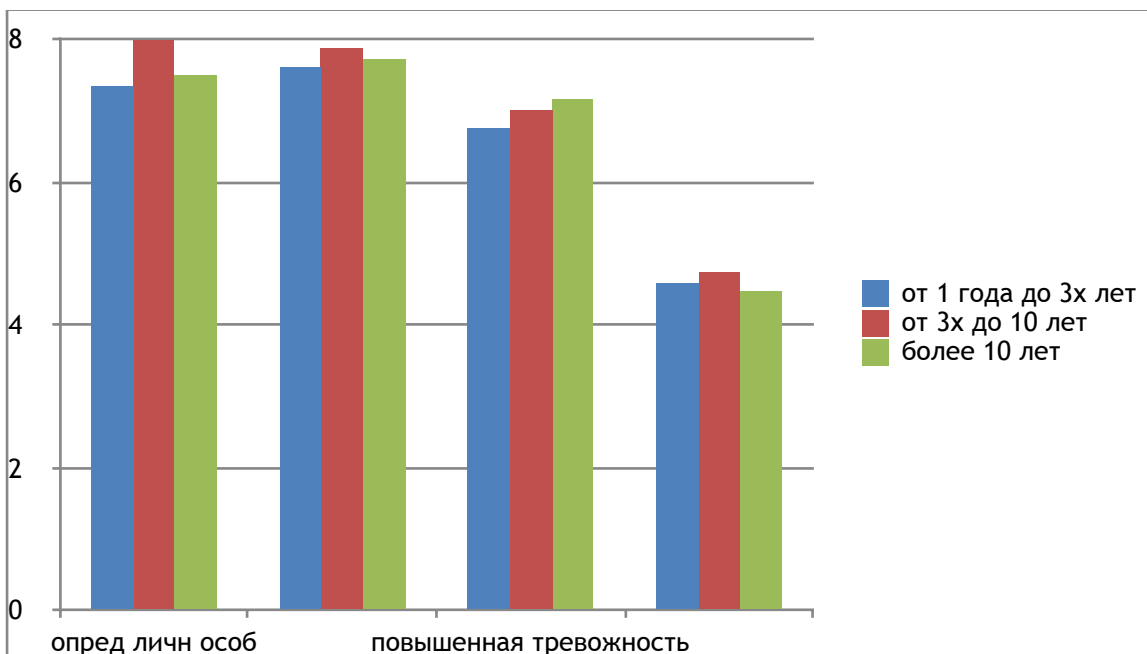
**Рис. 37** Представления о причинах ухудшения психологического состояния клиента в группах психологов-консультантов с разным стажем.



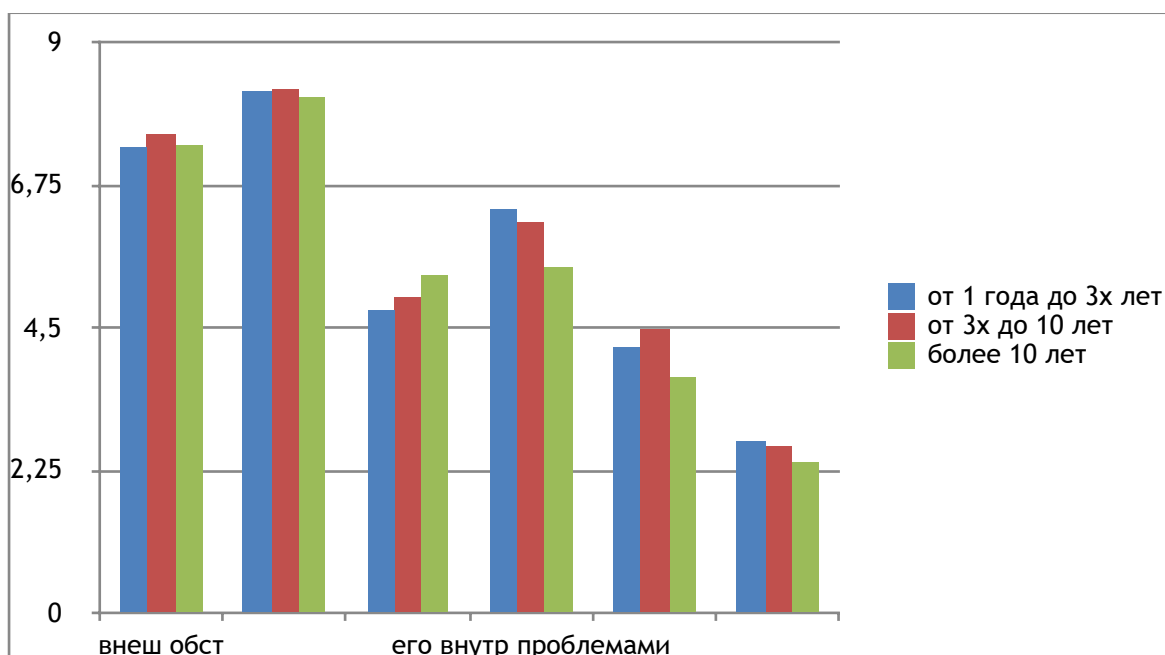
**Рис. 38** Представления о целях клиента в процессе консультирования в группах психологов-консультантов с разным стажем.



**Рис. 39** Представления о ситуации клиента в группах психологов-консультантов с разным стажем.



**Рис. 40** Представления о причинах, по которым клиент рассматривает жизненную ситуацию как проблемную, в группах психологов-консультантов с разным стажем.



**Рис. 41 Представления о причинах проблемной ситуации клиента в группах психологов-консультантов с разным стажем.**

Данные, представленные на рисунках 34 – 40, свидетельствуют, что в группах с различным стажем профессиональной деятельности респонденты с опытом работы до 3х лет (1-ая группа) и более 10 лет (3-ья группа) предполагают, что клиент обращается за помощью в большей степени в трудных жизненных обстоятельствах; а респонденты с опытом работы от 3х до 10 лет (2-ая группа) предполагают, что клиент обращается за помощью в ситуациях внутреннего дискомфорта. Респонденты считают, что психологическая проблема у клиента возникла в результате неправильного воспитания и неконструктивных социальных установок. Кроме того, респонденты 1-ой группы предполагают, что ситуация клиента объективно сложная и обусловлена трудностями в личной жизни, а респонденты 2-ой и 3-ей групп представляют ситуацию клиента в большей степени субъективно сложной, но также обусловленной трудностями в личной жизни. Респонденты предполагают, что клиент рассматривает в качестве причины своих психологических затруднений поведение других людей.

Средние значения между группами с разным стажем профессиональной деятельности по показателям, характеризующим отношение к клиенту и процессу консультирования, представлены на рисунках 42 – 44.

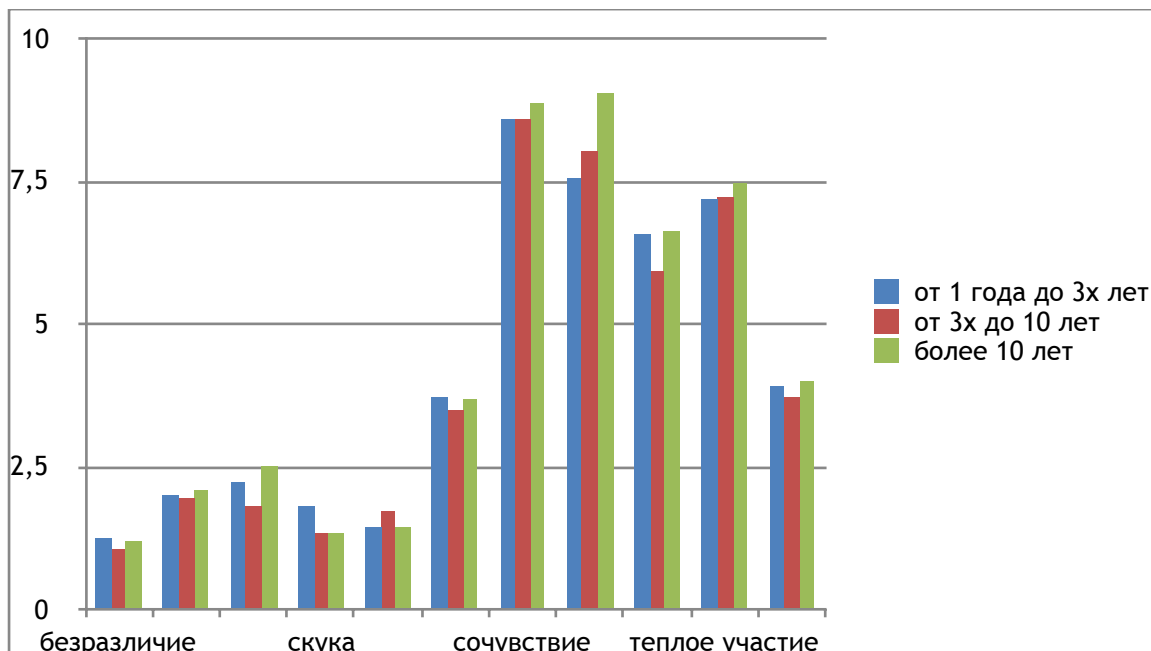


Рис. 42 Чувства к клиенту в группах психологов-консультантов с разным стажем.

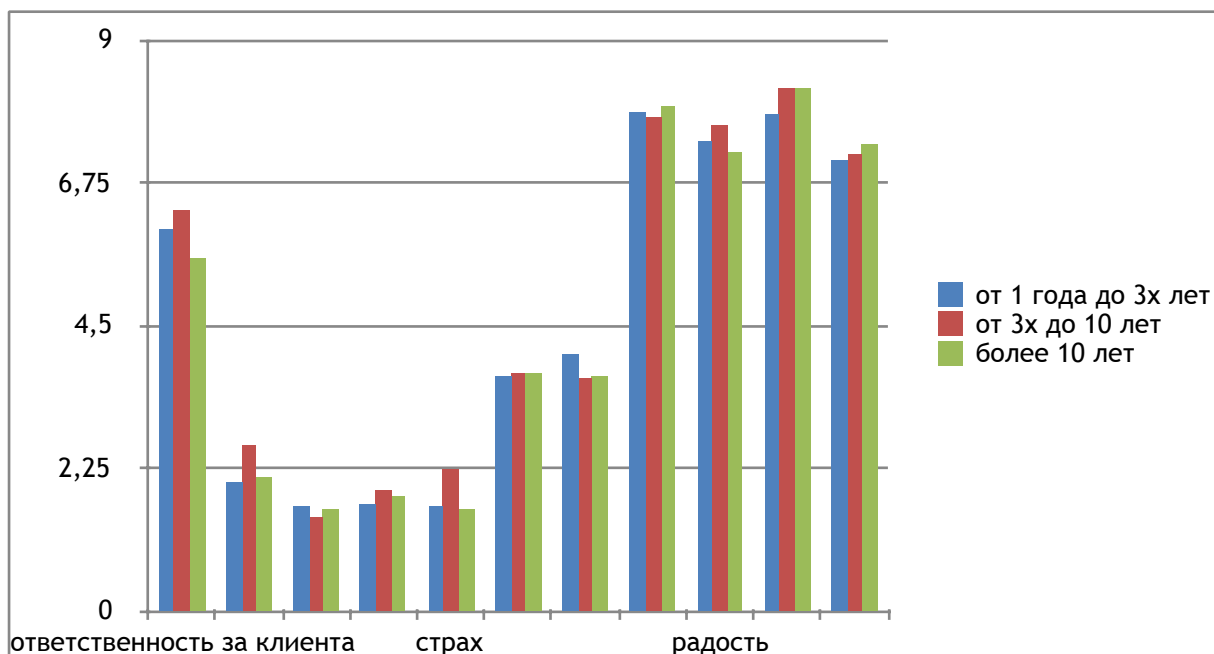
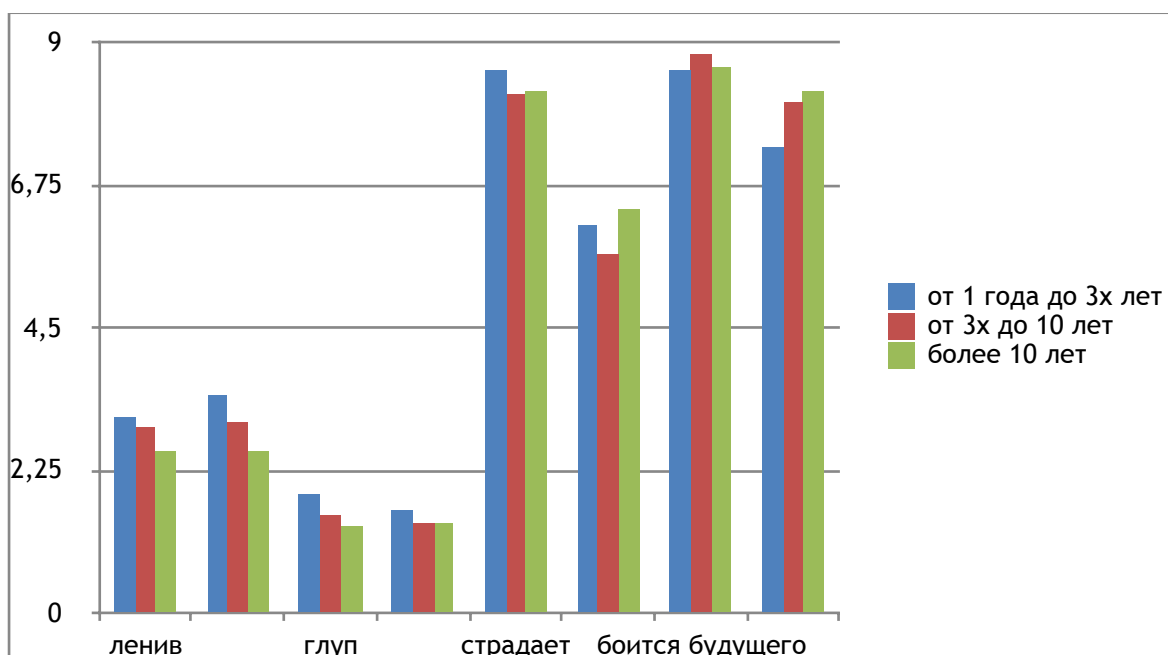


Рис. 43 Чувства к процессу консультирования в группах психологов-консультантов с разным стажем.



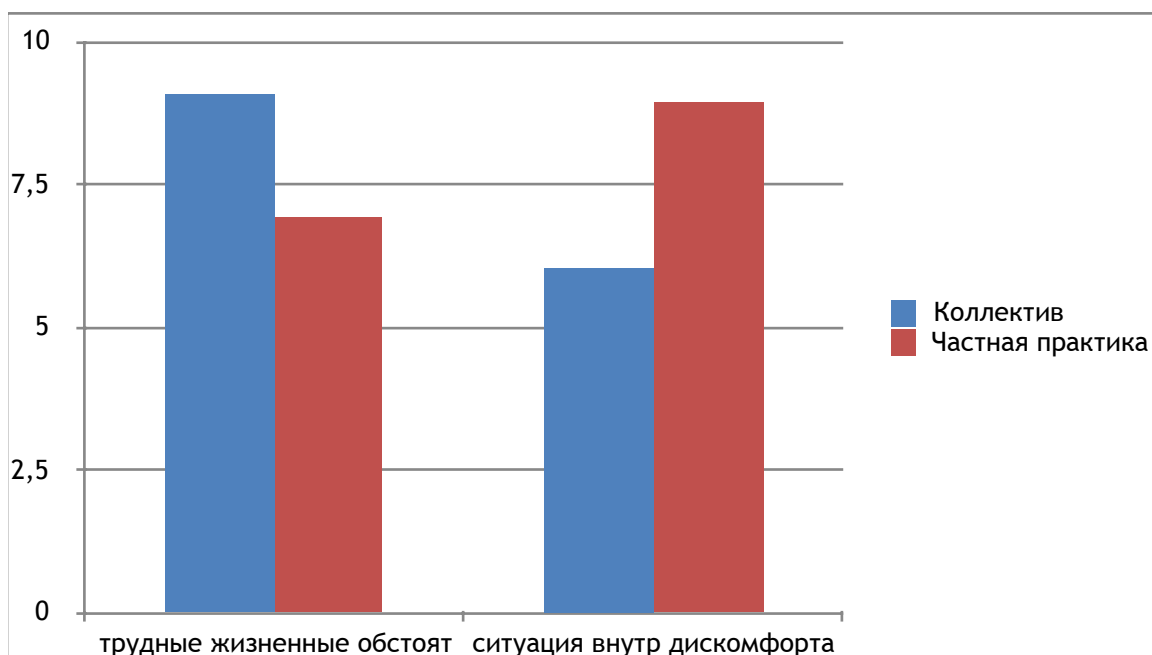
**Рис. 44 Представления о личности клиента в группах психологов-консультантов с разным стажем.**

Данные, представленные на рисунках 42 – 44, свидетельствуют, что у психологов-консультантов клиент вызывает в большей степени вовлеченность, сочувствие и теплое участие, эти чувства больше свойственны респондентам с опытом работы более 10 лет. В меньшей степени клиент вызывает безразличие. Процесс консультирования вызывает у респондентов в большей степени состояние вовлеченности и удовлетворения, это чувство больше свойственно также участникам с опытом работы более 10 лет. В меньшей степени процесс консультирования вызывает у участников чувства злости (от невозможности помочь клиенту), вины (за невозможность улучшить ситуацию клиента), страха (что не сможет помочь клиенту) и беспомощности (перед сложностями клиента). Респонденты 1-ой группы предполагают, что клиент страдает в сложных жизненных обстоятельствах; а респонденты 2-ой и 3-ей групп считают, что клиент в большей степени боится будущего. В меньшей степени респонденты представляют, что их клиент глуп (т.е., неспособен на адекватную самооценку и адаптивное поведение), эгоистичен (чтобы научиться строить гармоничные отношения), инфантилен (чтобы взять ответственность на себя),

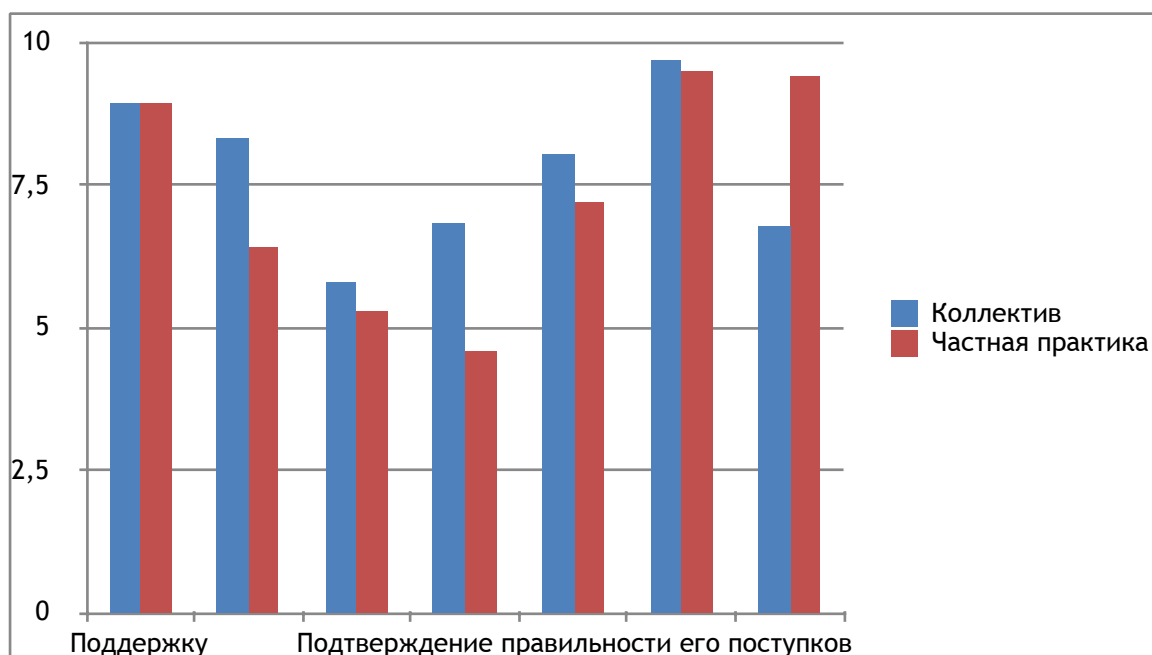
ленив (чтобы самостоятельно позитивно изменить свою жизнь), эти чувства в большей степени свойственны участникам со стажем до 3х лет.

Полученные данные свидетельствуют, что психологи-консультанты с опытом работы от 1 года до 3х лет предполагают, что проблема клиента в большей степени обусловлена тяжелой жизненной ситуацией и является объективно сложной. Психологи-консультанты с опытом работы от 3х до 10 лет представляют, что психологические затруднения клиента в большей степени обусловлены внутренними проблемами и являются субъективно неразрешимыми. Участники с опытом более 10 лет считают, что ситуация клиента связана с трудными жизненными обстоятельствами, но при этом является субъективно неразрешимой. Кроме того, психологи-консультанты с большим стажем профессиональной деятельности испытывают к клиенту и к процессу консультирования более позитивные чувства.

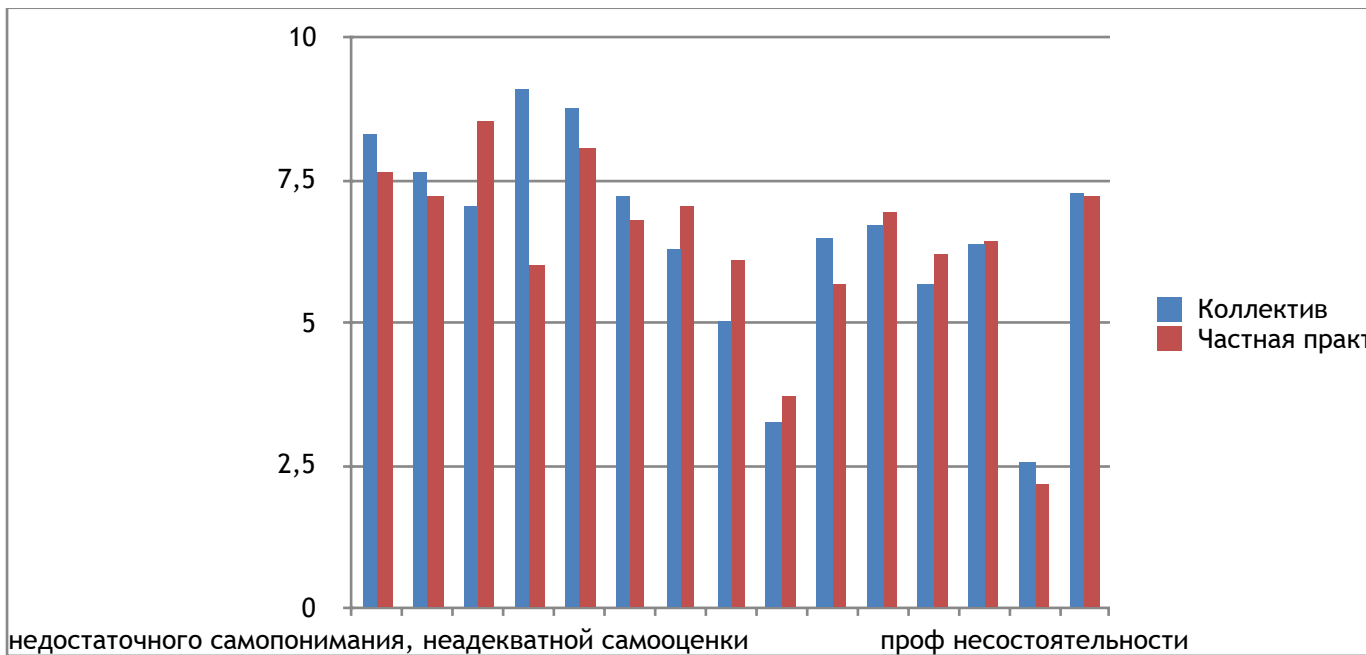
Средние значения между группами с разными условиями работы по показателям, характеризующим представления о запросе и ожиданиях клиента, представлены на рис. 45 – 52.



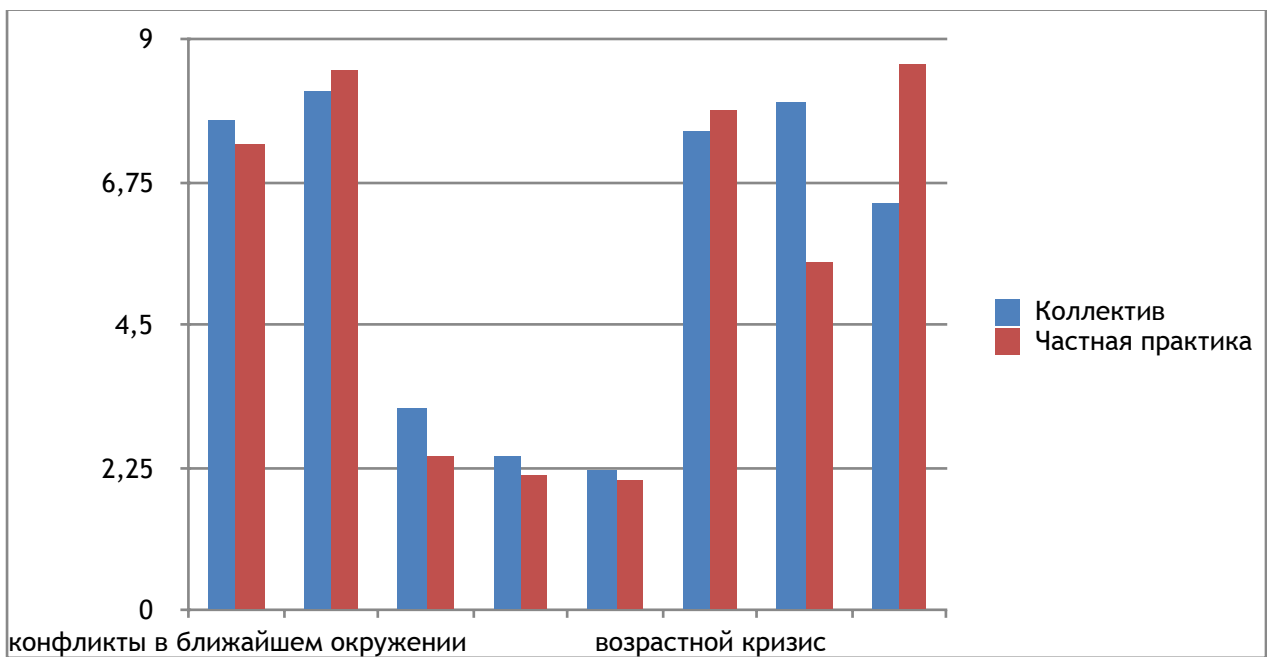
**Рис. 45** Представления о причинах обращения клиента к психологу-консультанту в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.



**Рис. 46** Представления об ожиданиях клиента от процесса консультирования в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.

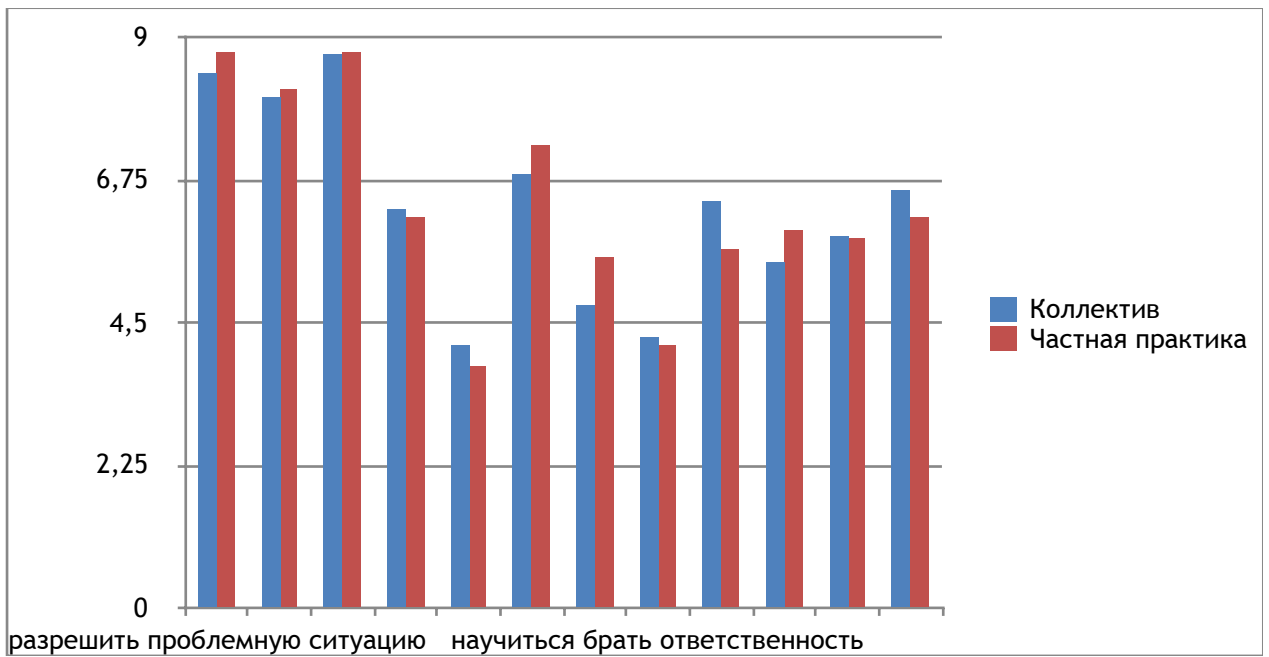


**Рис. 47** Представления о причинах возникновения психологической проблемы у клиента в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.

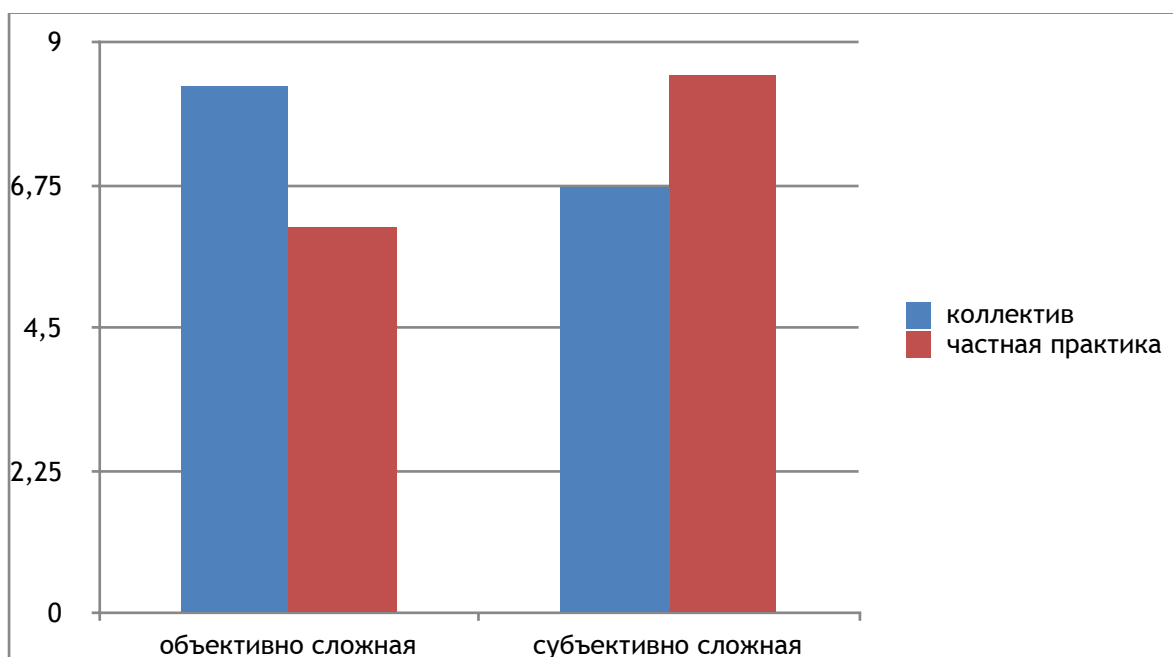


**Рис. 48** Представления о причинах ухудшения психологического состояния клиента в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.

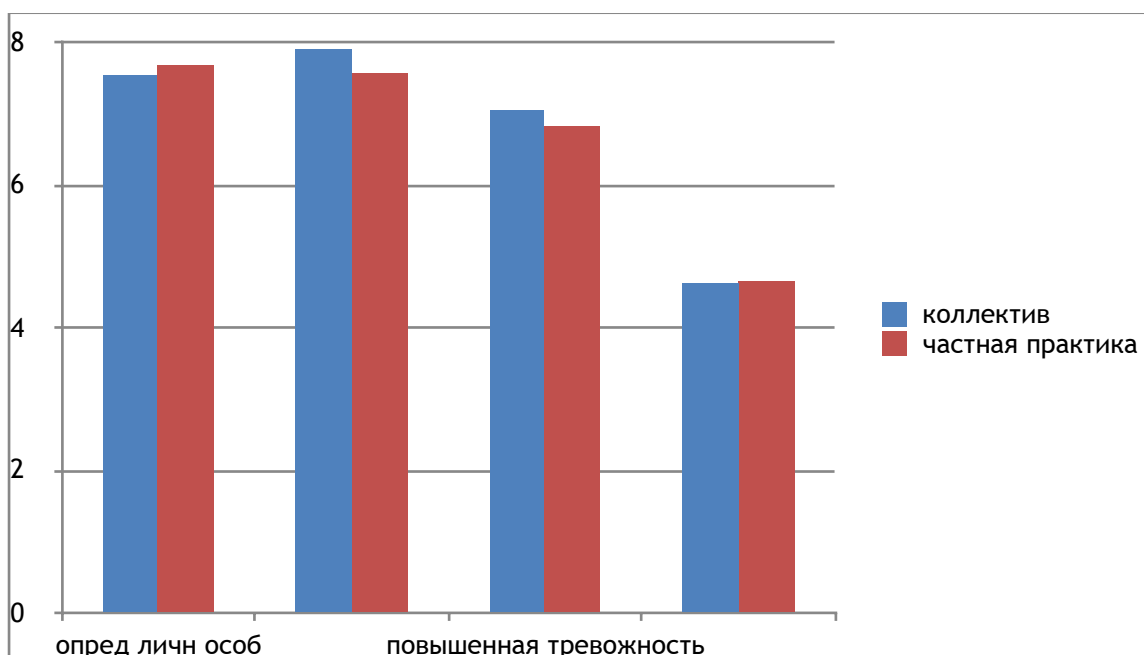




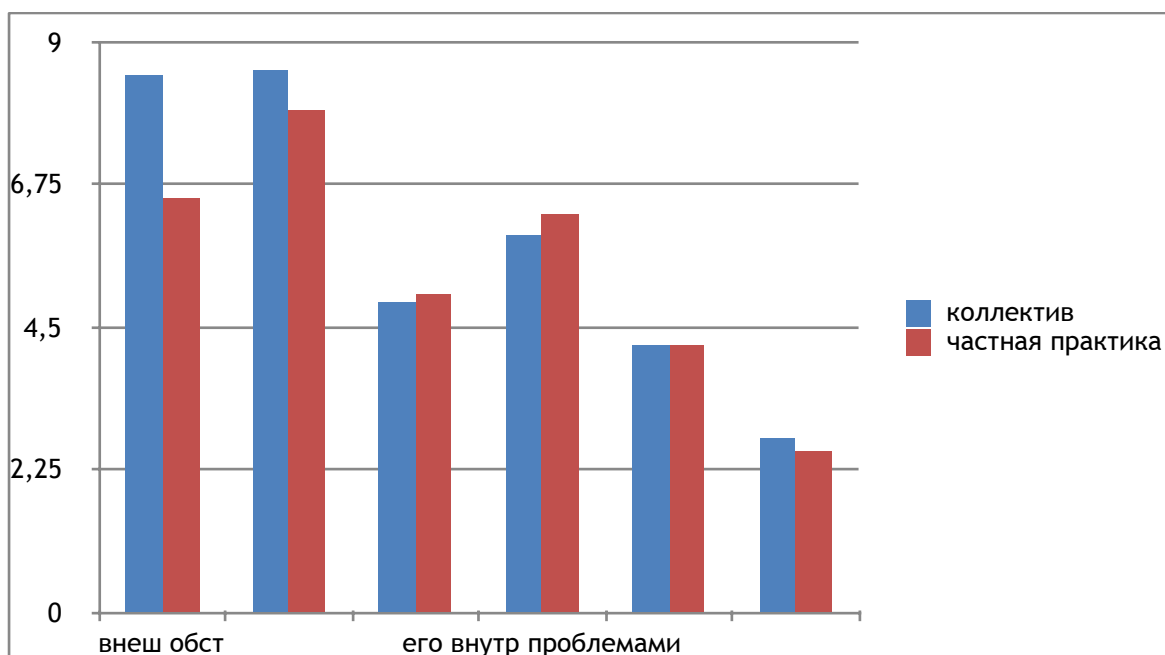
**Рис. 49** Представления о цели клиента в процессе консультирования, в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.



**Рис. 50** Представления о ситуации клиента в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.



**Рис. 51** Представления о причине, по которой клиент рассматривает жизненную ситуацию как проблемную, в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.

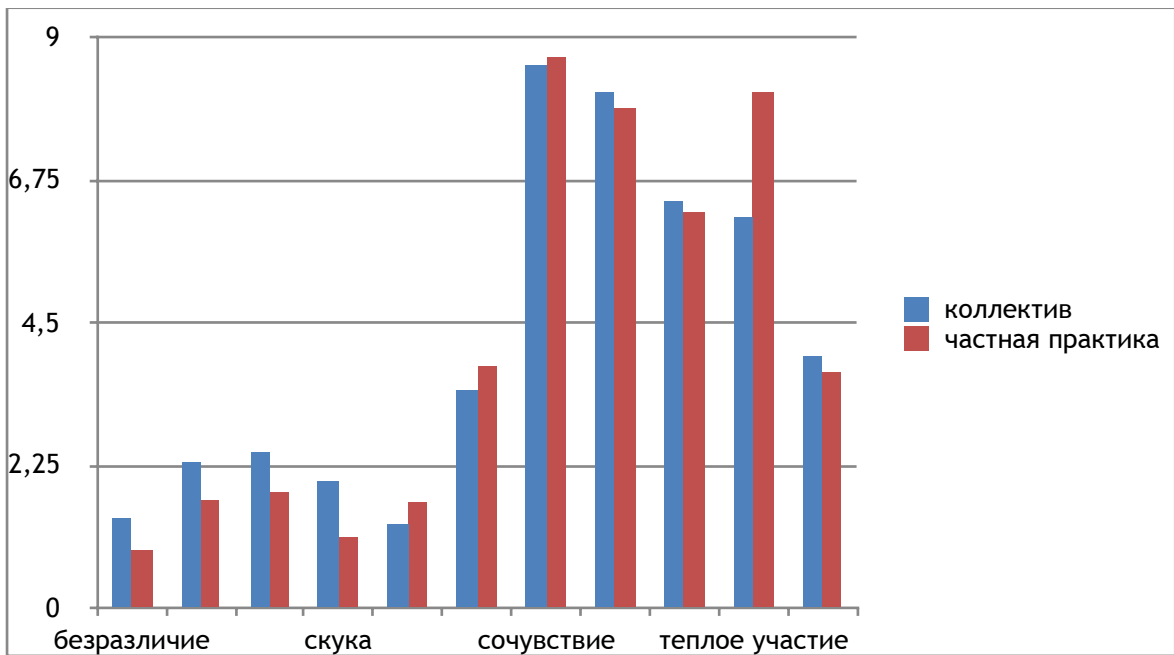


**Рис. 52** Представления о причинах проблемной ситуации клиента в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.

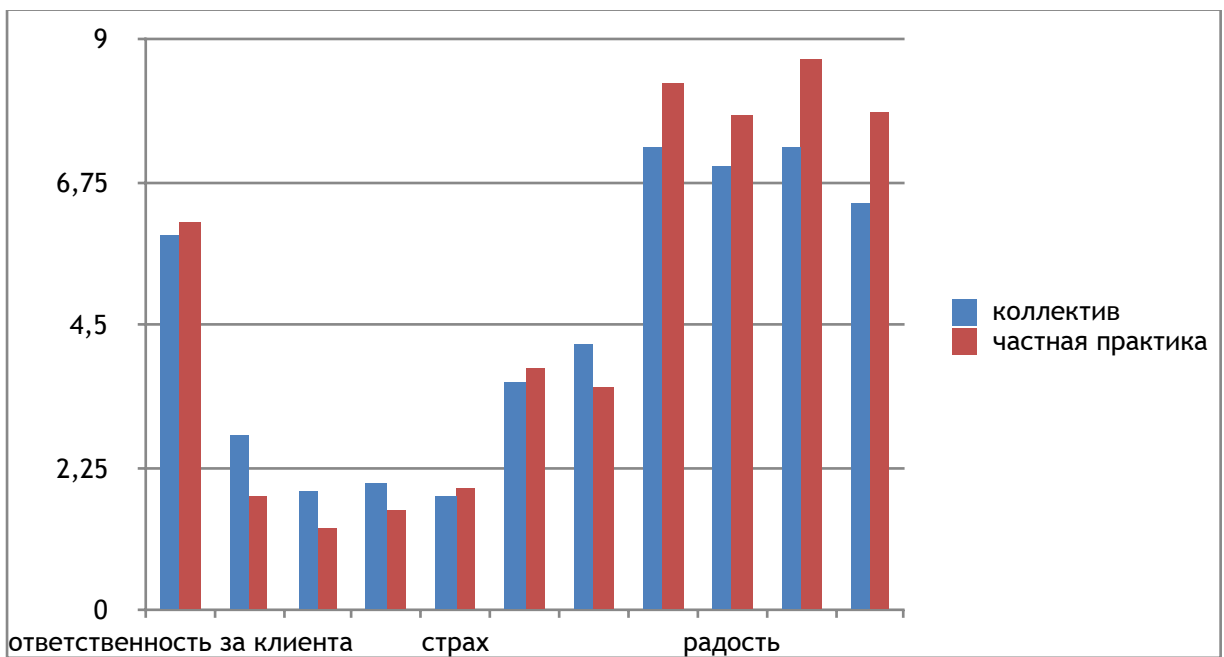
Данные, представленные на рисунках 45 – 52, свидетельствуют, что в группах с различными условиями работы респонденты, которые работают в

профессиональном коллективе психологов (1-ая группа), предполагают, что клиент обращается за помощью в большей степени в трудных жизненных обстоятельствах, а участники, ведущие частную практику (2-ая группа), предполагают, что клиент обращается за помощью чаще в ситуациях внутреннего дискомфорта. Респонденты 1-ой группы считают, что психологическая проблема у клиента возникла в результате тяжелой жизненной ситуации, неправильного воспитания и неконструктивных социальных установок, в то время как, респонденты 2-ой группы считают, что причиной проблемы у клиента в большей степени является неверное восприятие происходящих событий. Кроме того, респонденты 1-ой группы предполагают, что ситуация клиента объективно сложная и обусловлена трудностями в личной жизни, а респонденты 2-ой группы представляют ситуацию клиента в большей степени субъективно сложной и обусловленной внутренними проблемами. Обе группы участников предполагают, что клиент рассматривает в качестве причины своих психологических затруднений поведение других людей и внешние обстоятельства (например, экономические трудности), респонденты 1-ой группы в большей мере.

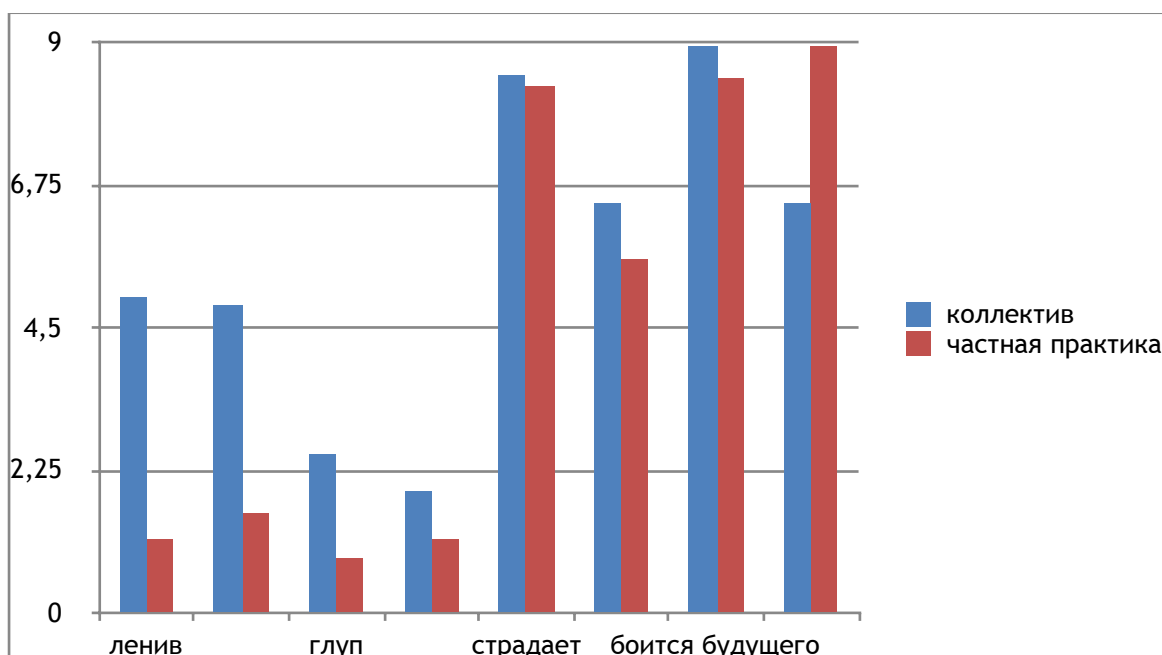
Средние значения между группами с разными условиями профессиональной деятельности по показателям, характеризующим отношение к клиенту и процессу консультирования, представлены на рис. 52 – 54.



**Рис. 52 Чувства к клиенту в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.**



**Рис. 53 Чувства к процесс консультирования, в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.**



**Рис. 54 Представления о личности клиента в группах психологов-консультантов с разными условиями работы.**

Данные, представленные на рисунках 52 – 54, свидетельствуют, что у участников исследования клиент вызывает сочувствие и вовлеченность, это больше свойственно респондентам 2-ой группы. В меньшей степени клиент вызывает чувства безразличия, страха, скуки, злости или раздражения, эти чувства в большей степени свойственны респондентам 1-ой группы. Процесс консультирования вызывает у респондентов удовлетворение и вовлеченность, у респондентов 2-ой группы в большей мере. В меньшей степени процесс консультирования вызывает у участников чувства злости (от невозможности помочь клиенту), вины (за невозможность улучшить ситуацию клиента), страха (что не сможет помочь клиенту) и беспомощности (перед сложностями клиента), эти чувства в большей степени свойственны респондентам 1-ой группы. Респонденты 1-ой группы представляют, что клиент боится будущего и неопределенности, страдает в сложных жизненных обстоятельствах. Респонденты 2-ой группы представляют, что клиент в большей степени духовно развивается. В меньшей степени респонденты обеих групп представляют, что их клиент глуп (т.е., неспособен на адекватную самооценку и адаптивное поведение), эгоистичен (чтобы научиться строить гармоничные отношения),

инфантилен (чтобы взять ответственность на себя), ленив (чтобы самостоятельно позитивно изменить свою жизнь), эти чувства в большей степени свойственны респондентам 1-ой группы.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют, что психологи-консультанты, работающие в профессиональном коллективе психологов, представляют, что проблема клиента в большей степени обусловлена тяжелой жизненной ситуацией и является объективно сложной. А психологи-консультанты, ведущие частную практику, представляют, что психологические затруднения клиента в большей степени обусловлены внутренними проблемами и являются субъективно неразрешимыми. Кроме того, психологи-консультанты, ведущие частную практику, имеют более высокие значения по позитивным показателям вопросов, спрашивающих об отношении к клиенту и к процессу консультирования, и более низкие значения по негативным показателям этих вопросов.

Средние значения между группами разного возраста по показателям, характеризующим представления о запросе и ожиданиях клиента, представлены на рис. 55 – 62.

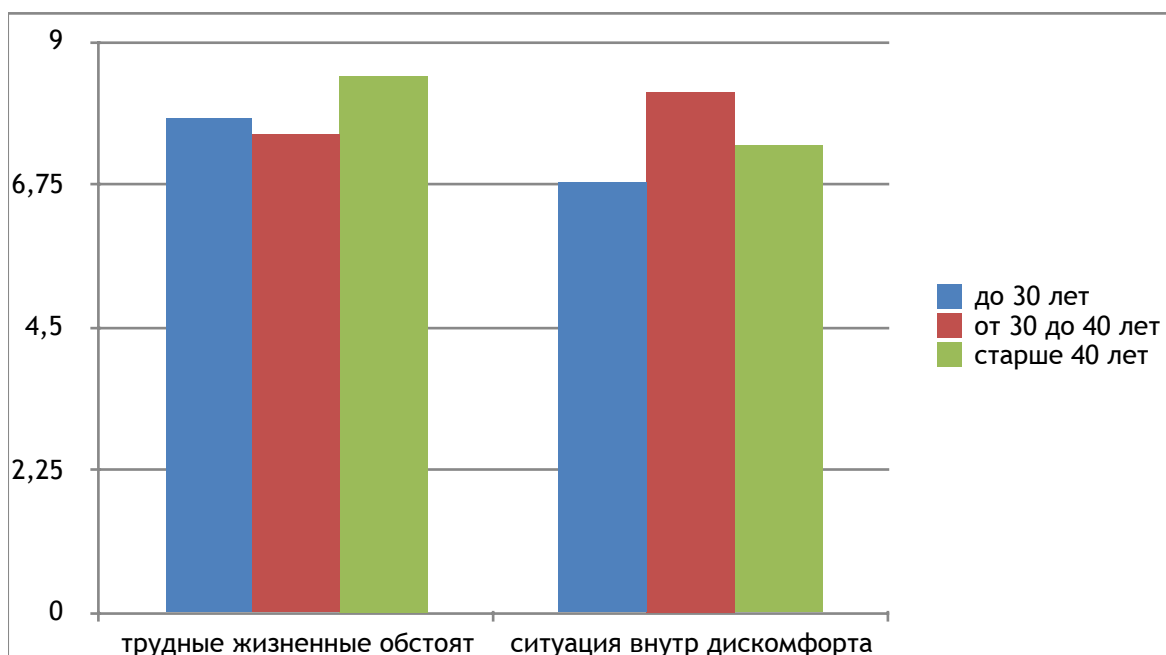
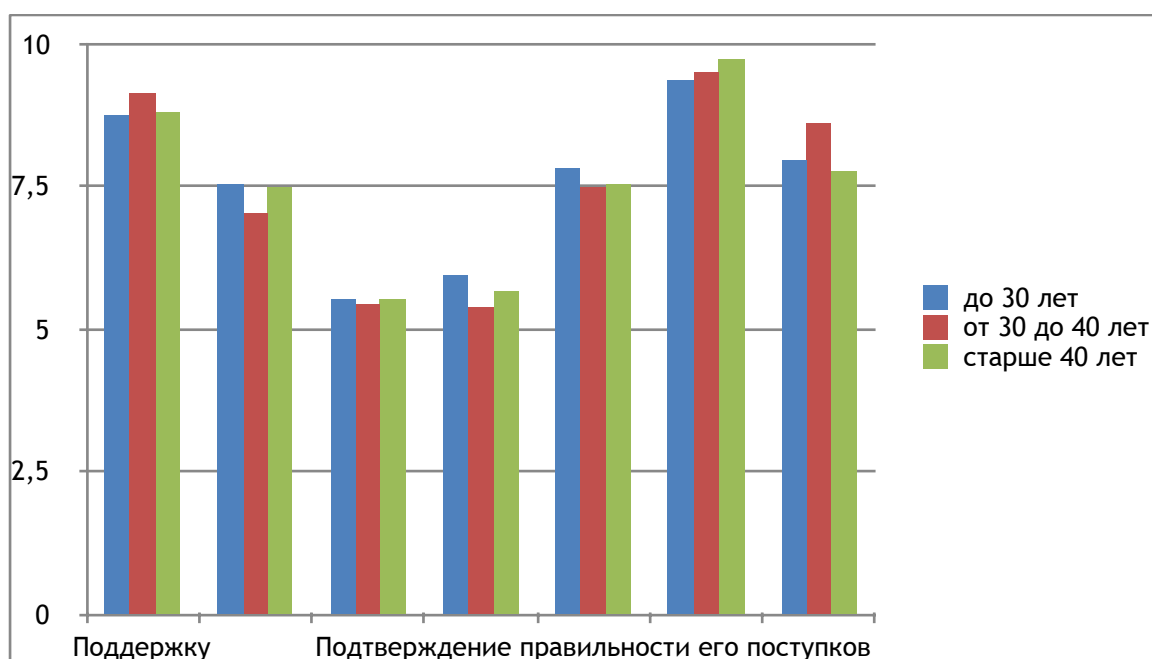
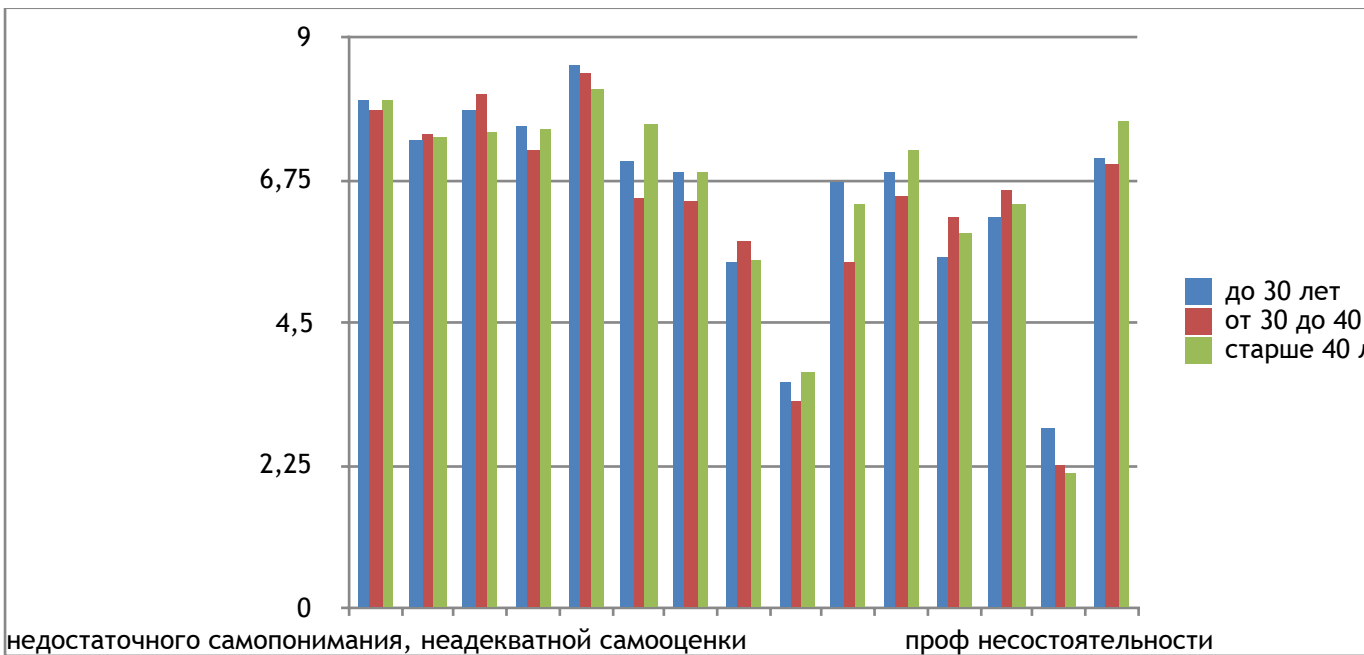


Рис. 55

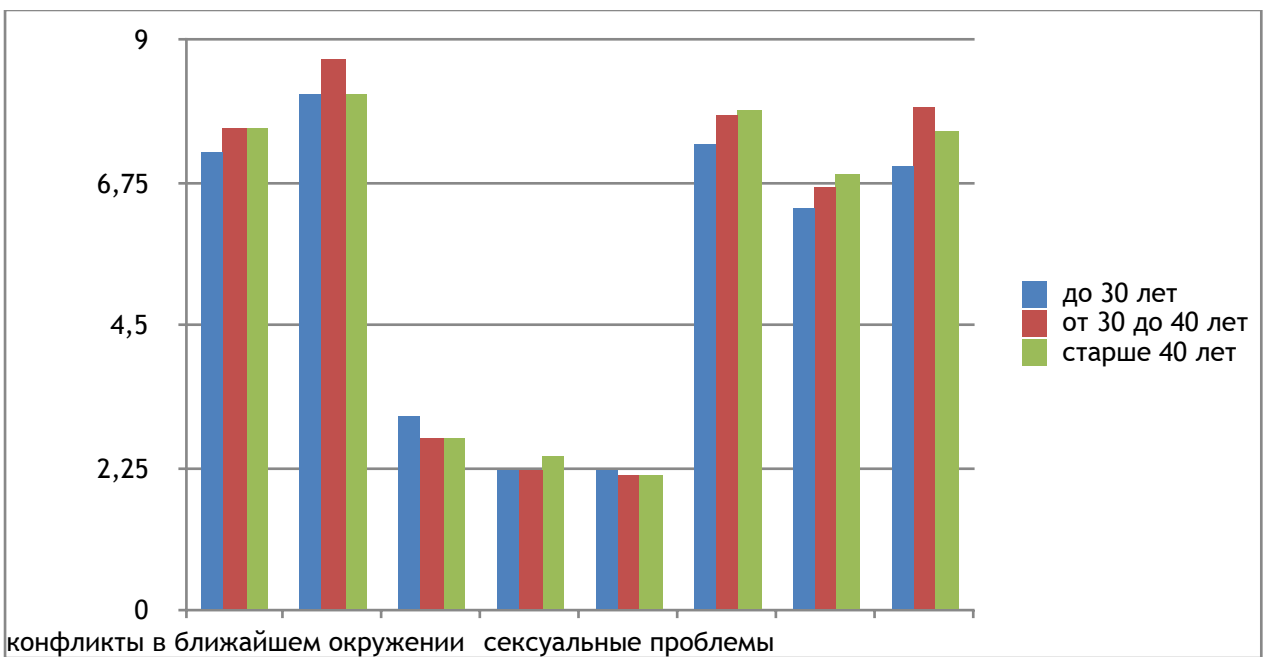
**Представления о причинах обращения клиента к психологу-консультанту в группах психологов-консультантов разного возраста.**



**Рис. 56 Представления об ожиданиях клиента от процесса консультирования в группах психологов-консультантов разного возраста.**

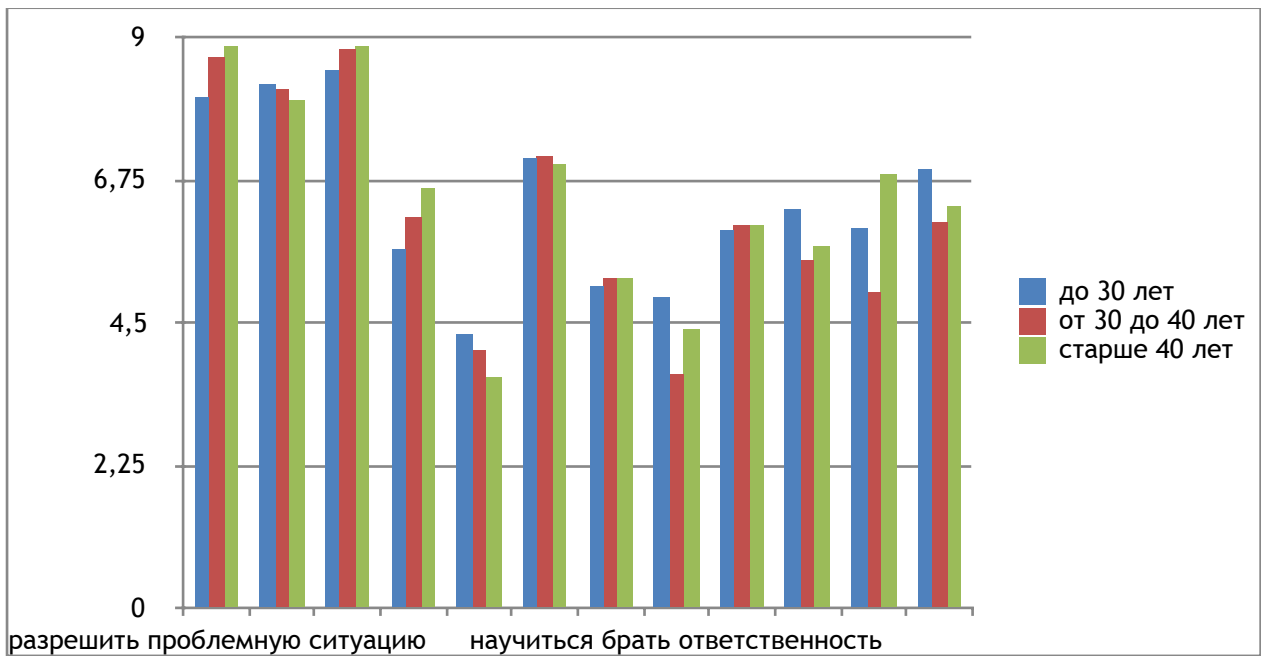


**Рис. 57** Представления о причинах возникновения психологической проблемы у клиента в группах психологов-консультантов разного возраста.

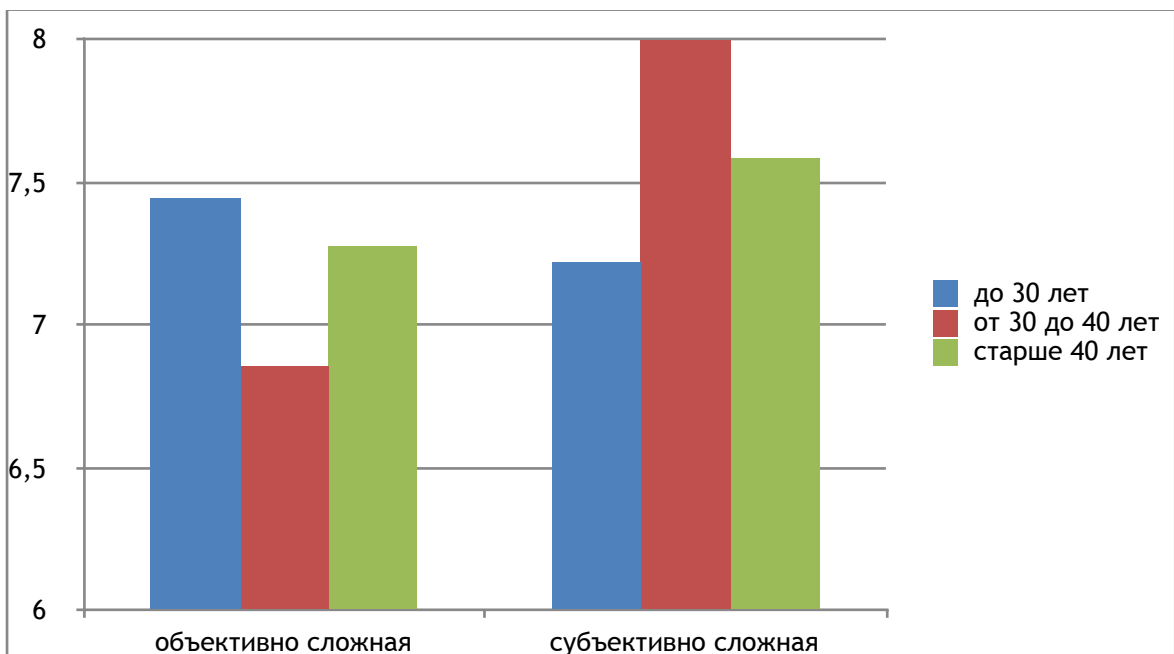


**Рис. 58** Представления о причинах ухудшения психологической ситуации у клиента в группах психологов-консультантов разного возраста.

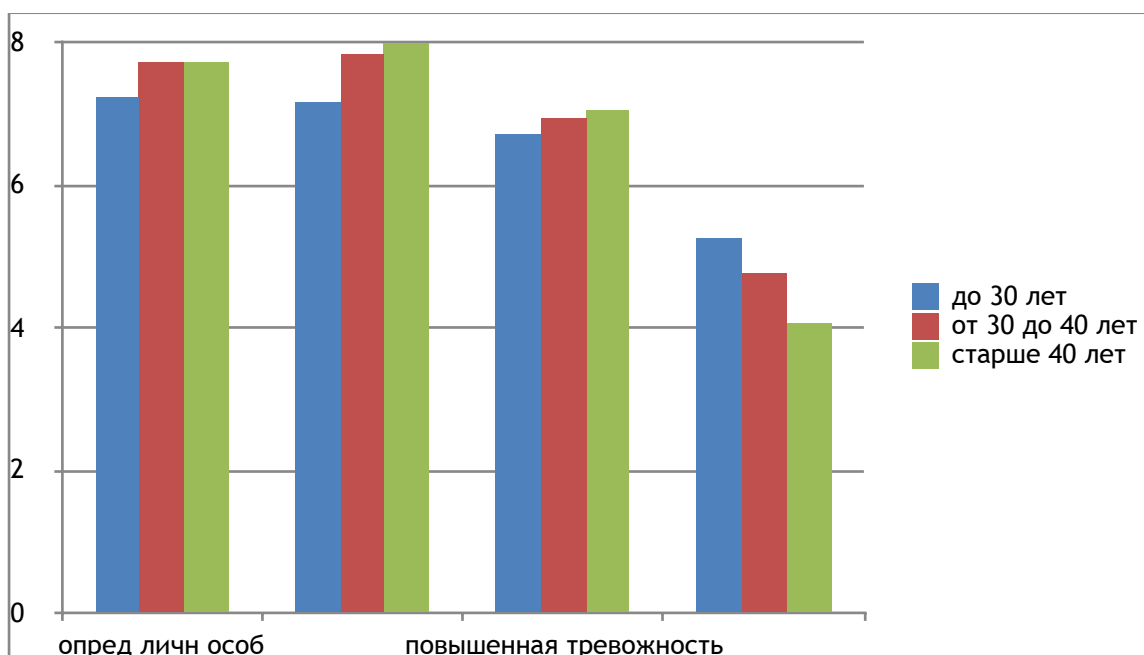




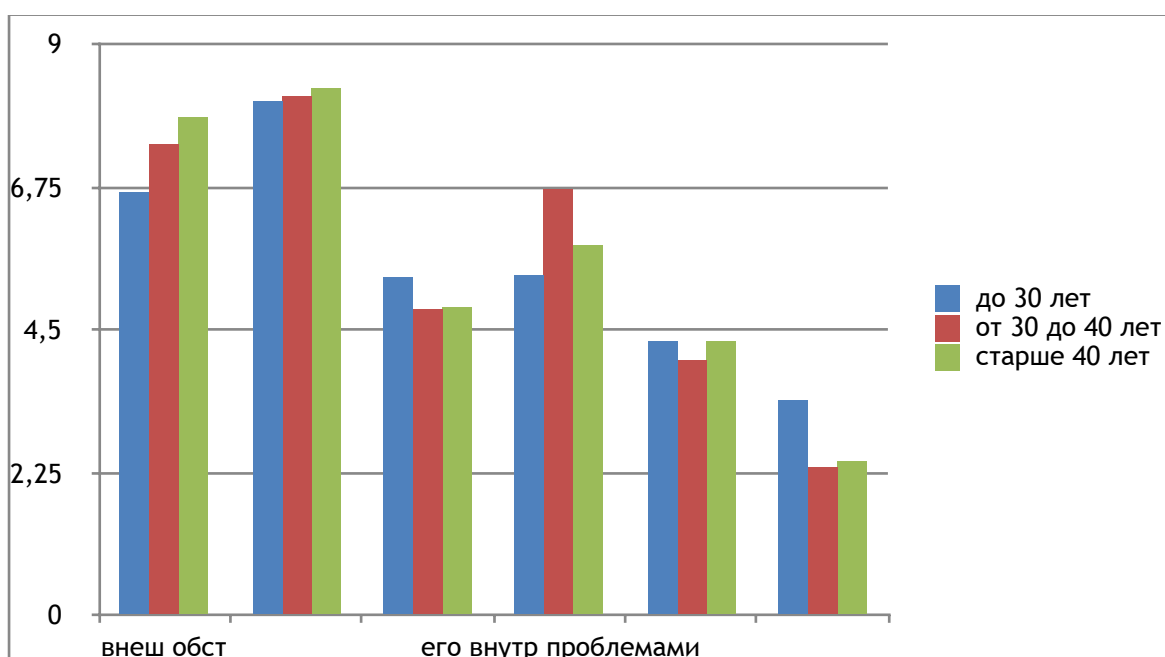
**Рис. 59** Представления о цели клиента в процессе консультирования в группах психологов-консультантов с разного возраста.



**Рис. 60** Представления о ситуации клиента в группах психологов-консультантов разного возраста.



**Рис. 61** Представления о причинах, по которым клиент рассматривает жизненную ситуацию как проблемную, в группах психологов-консультантов разного возраста.



**Рис. 62** Представления о причинах проблемной ситуации клиента в группах психологов-консультантов разного возраста.

Данные, представленные на рисунках 55 – 62, свидетельствуют, что в группах разного возраста респонденты в возрасте до 30 лет (1-ая группа) и старше 40 лет (3-ья группа) предполагают, что клиент обращается за помощью

в большей степени в трудных жизненных обстоятельствах; а респонденты в возрасте от 31 до 40 лет (2-ая группа) предполагают, что клиент обращается за помощью чаще в ситуациях внутреннего дискомфорта. Респонденты считают, что психологическая проблема у клиента возникла в результате неправильного воспитания и неконструктивных социальных установок. Кроме того, респонденты 1-ой группы предполагают, что ситуация клиента объективно сложная и обусловлена трудностями в личной жизни, а респонденты 2-ой и 3-ей групп представляют ситуацию клиента в большей степени субъективно сложной, но также обусловленной трудностями в личной жизни. Респонденты предполагают, что клиент рассматривает в качестве причины своих психологических затруднений поведение других людей

Средние значения между группами разного возраста по показателям, характеризующим отношение к клиенту и процессу консультирования, представлены на рисунках 63 – 65.

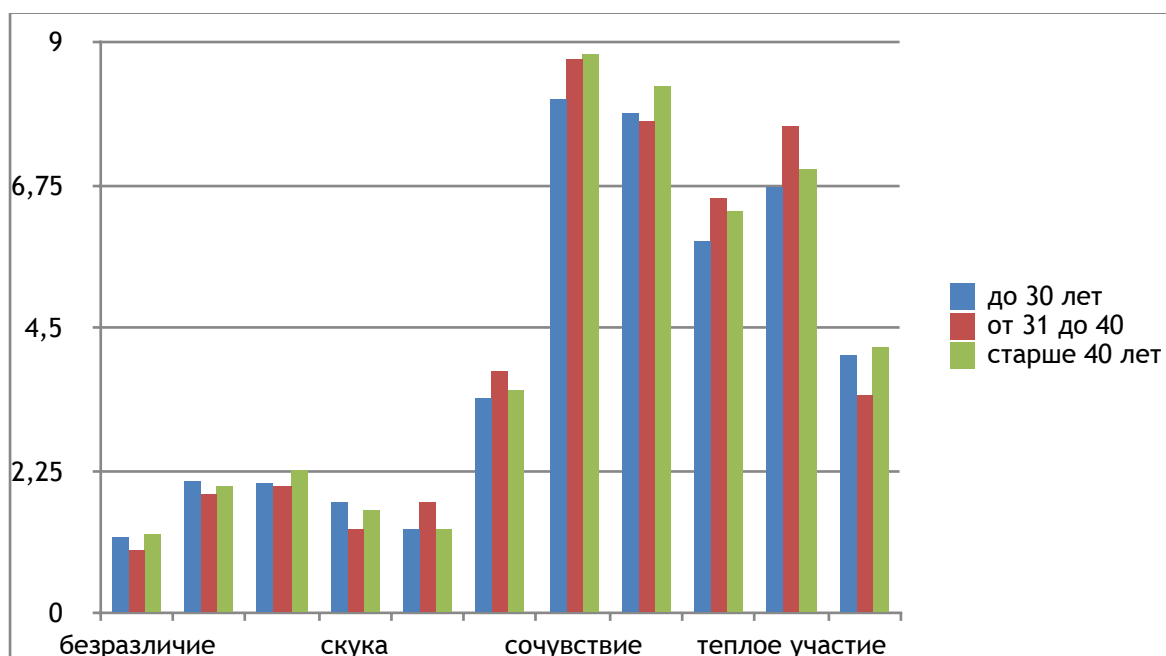
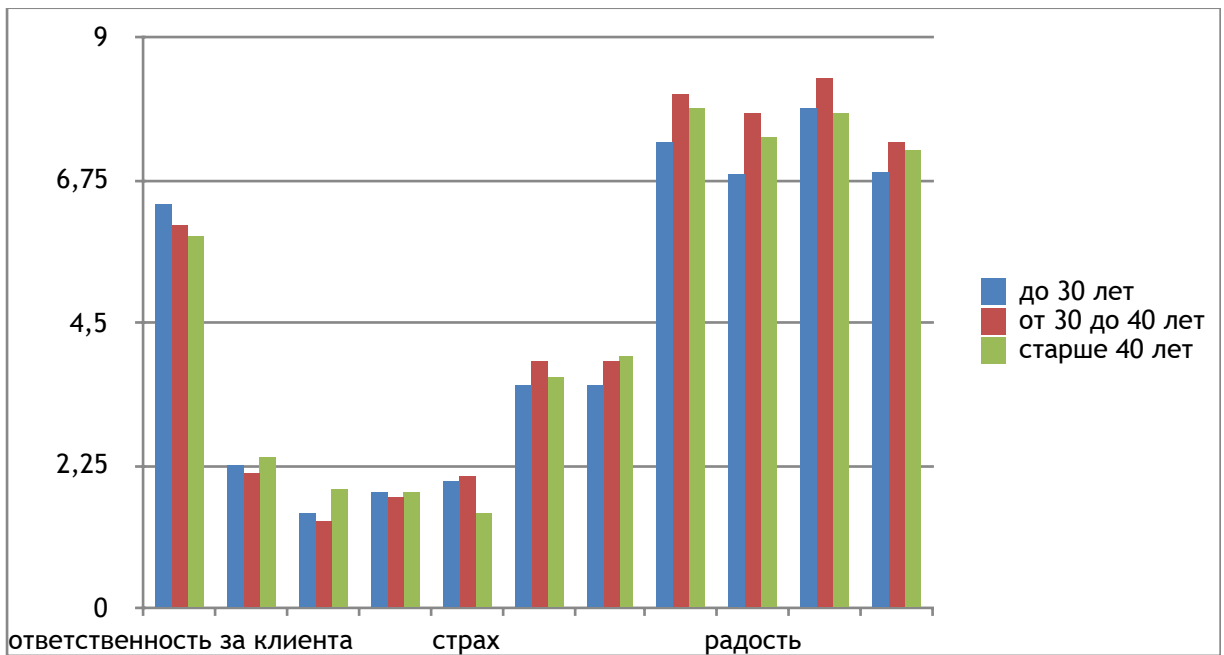
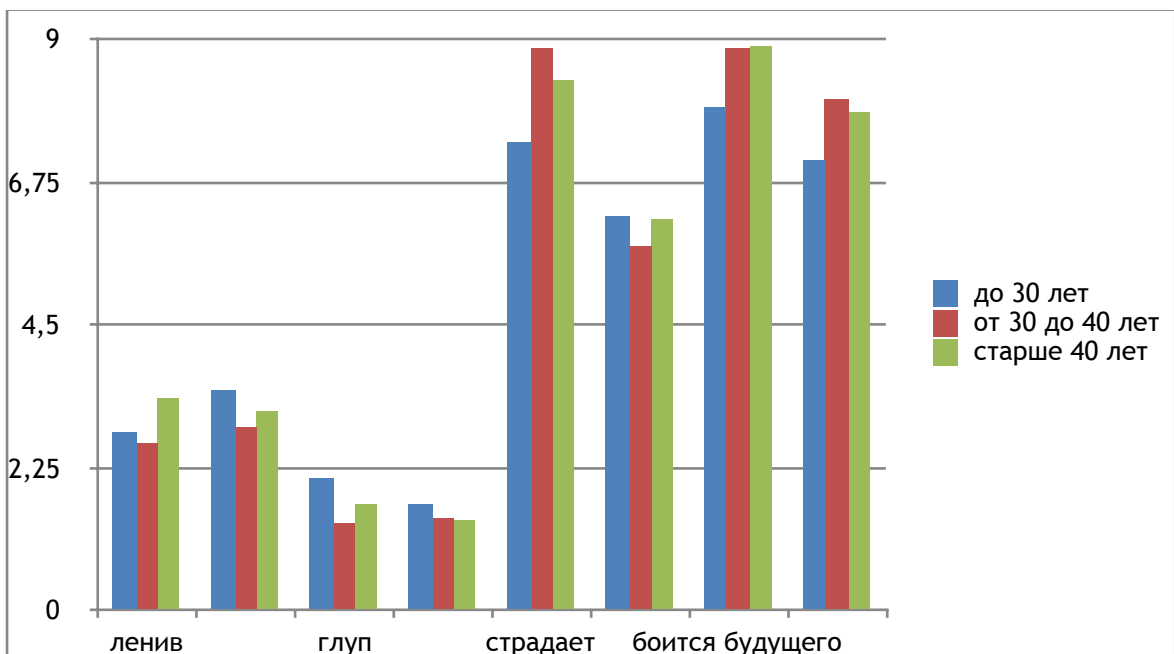


Рис. 63 Чувства к клиенту в группах психологов-консультантов разного возраста.



**Рис. 64 Чувства к процесс консультирования в группах психологов-консультантов разного возраста.**



**Рис. 65 Представления о личности клиента в группах психологов-консультантов разного возраста.**

Данные, представленные на рисунках 63 – 65, свидетельствуют, что у психологов-консультантов клиент вызывает в большей степени сочувствие, это чувство больше свойственно респондентам старше 40 лет. В меньшей степени

клиент вызывает безразличие. Процесс консультирования вызывает у респондентов в большей степени состояние вовлеченности и удовлетворения, это чувство больше свойственно участникам в возрасте от 31 до 40 лет, в меньшей – до 30 лет. В меньшей степени процесс консультирования вызывает у участников чувства злости (от невозможности помочь клиенту) и вины (за невозможность улучшить ситуацию клиента), эти чувства меньше переживают респонденты 2-ой группы, а больше – респонденты 1-ой группы. Респонденты представляют, что клиент страдает в сложных жизненных обстоятельствах, это больше свойственно респондентам 2-ой группы, и боится будущего и неопределенности, эти чувства больше свойственны респондентам 3-ей группы. В меньшей степени респонденты представляют, что их клиент глуп (т.е., неспособен на адекватную самооценку и адаптивное поведение), эгоистичен (чтобы научиться строить гармоничные отношения), эти чувства в большей степени свойственны участникам в возрасте до 30 лет.

Полученные данные свидетельствуют, что психологи-консультанты в возрасте до 30 лет представляют ситуацию клиента в большей степени объективно сложной и связанной с трудными жизненными обстоятельствами. Психологи-консультанты в возрасте от 31 до 40 лет представляют ситуацию клиента субъективно неразрешимой и связанной с внутренними проблемами. Участники в возрасте старше 40 лет представляют ситуацию клиента субъективно неразрешимой, но при этом обусловленной трудными жизненными обстоятельствами. Кроме того, психологи-консультанты старшего возраста испытывают к клиенту и процессу консультирования более позитивные чувства.

#### **3.4 Результаты исследования уровня выраженности иррациональных установок у психологов-консультантов**

Для изучения степени рациональности-иррациональности мышления у психологов-консультантов использовалась Методика диагностики

иррациональных установок А. Эллиса. Анализ результатов исследования осуществлялся с помощью многомерного дисперсионного анализа и описательных статистик.

Факторами, влияющими на зависимые переменные, являлись: «Образование» (2 группы: психологи-консультанты, имеющие основное психологическое образование, и психологи-консультанты, прошедшие профессиональную переподготовку); «Стаж» (3 группы: психологи-консультанты с опытом работы от 1 года до 3х лет, от 3х лет до 10 лет и более 10 лет); «Условия работы» (2 группы: психологи-консультанты, работающие в профессиональном коллективе и психологи-консультанты, ведущие частную практику) и «Возраст» (3 группы: психологи-консультанты в возрасте до 30 лет, от 31 года до 40 лет или старше 40 лет).

Зависимыми переменными являлись шкалы Методики диагностики иррациональных установок: «Катастрофизация», «Долженствование в отношении себя», «Долженствование в отношении других», «Оценочная установка», «Фрустрационная толерантность личности» и «Общая оценка степени рациональности мышления».

Значения статистически достоверных многомерных критериев представлены в таблице 24, 25.

**Таблица 24**

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей «Методики диагностики иррациональных установок А. Эллиса» в связи с образованием.**

<b>Независимые факторы</b>	<b>Значение След Пиллая</b>	<b>Значение лямбда Уилкса</b>	<b>F</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Ошибка степени свободы</b>	<b>p</b>
Свободный член	0.981	0.019	628,917	6.000	75.000	<b>0.000</b>
Образование	0.312	0.688	5,660	6.000	75.000	<b>0.000</b>

**Результаты многомерного дисперсионного анализа показателей  
«Методики диагностики иррациональных установок А. Эллиса» в связи со  
стажем.**

<b>Независимые факторы</b>	<b>Значение След Пиллая</b>	<b>Значение лямбда Уилкса</b>	<b>F</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Ошибка степени свободы</b>	<b>p</b>
Свободный член	0.981	0.019	635,492	6.000	74.000	<b>0.000</b>
Стаж	0.567	0.480	4,943	12.000	150.000	<b>0.000</b>

Данные, представленные в таблице 24, 25, свидетельствуют, что факторы «Образование» и «Стаж» значимо влияют на дисперсию всех шкал опросников. Это означает, что у психологов-консультантов степень выраженности иррациональных установок различается в зависимости от их профессиональной подготовки и стажа профессиональной деятельности.

Для выявления частных воздействий вышеуказанных факторов на отдельные шкалы приводим одномерные критерии влияния. На основе данных, представленных в таблице 26, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Образование» оказывает на шкалы «Катастрофизация» ( $37.9333 \pm 8.64817$  для психологов-консультантов, имеющих основное психологическое образование, и  $33.2162 \pm 4.35338$  психологов-консультантов, прошедших профессиональную переподготовку,  $p \leq 0.003$ ), «Долженствования в отношении себя» ( $37.2667 \pm 7.83756$  для 1-ой группы и  $32.7027 \pm 2.45928$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.001$ ), «Долженствования в отношении других» ( $42.1333 \pm 8.34375$  для 1-ой группы и  $34.7838 \pm 2.57267$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ), «Фрустрационная толерантность» ( $41.5778 \pm 8.99618$  для 1-ой группы и  $35.4054 \pm 6.39644$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.001$ ), «Самооценка» ( $40.6889 \pm 7.21684$  для 1-ой группы и  $36.0000 \pm 2.17307$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ), «Общая оценка

иррациональных убеждений» ( $199.5778 \pm 38.04393$  для 1-ой группы и  $172.1081 \pm 13.42010$  для 2-ой группы,  $p \leq 0.000$ ).

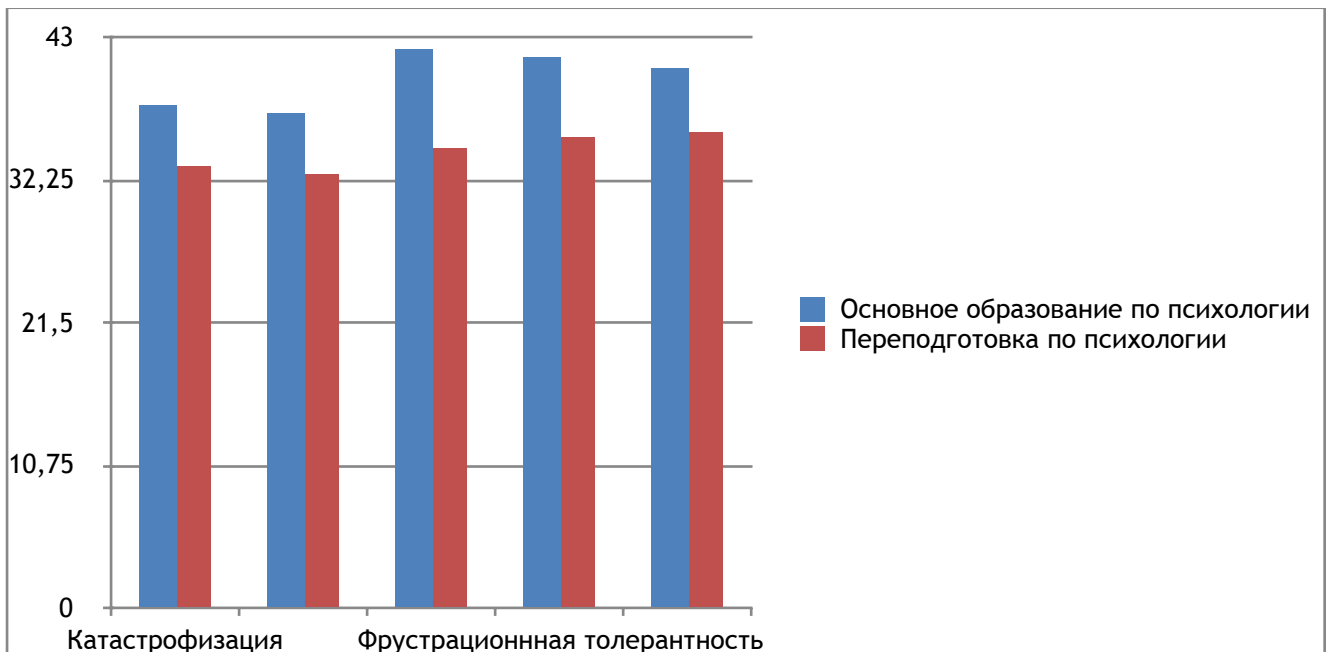
**Таблица 26**

**Одномерные критерии влияния независимой переменной  
«Образование» на шкалы «Методика диагностики иррациональных  
установок А.Эллиса».**

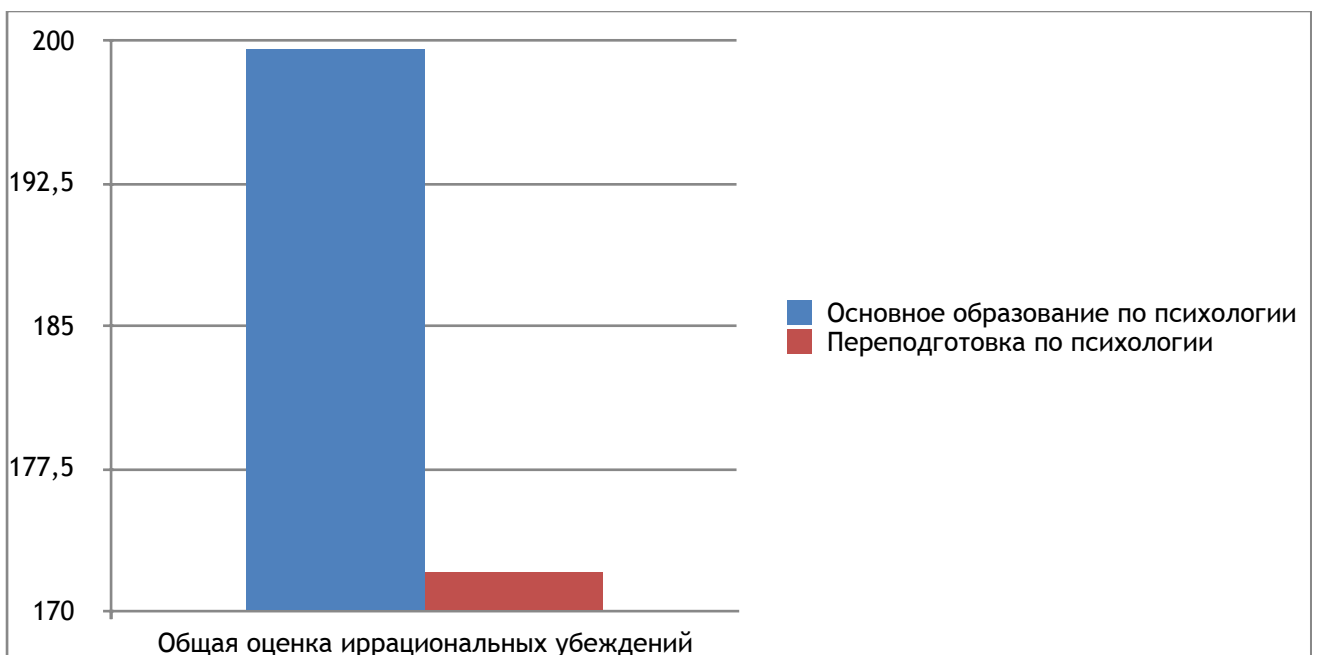
<b>Образование</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Катастрофизация	451.808	1	451.808	9.097	<b>0.003</b>
Долженствования в отношении себя	422.946	1	422.946	11.585	<b>0.001</b>
Долженствования в отношении других	1096.786	1	1096.786	26.577	<b>0.000</b>
Фрустрационная толерантность	773.579	1	773.579	12.294	<b>0.001</b>
Самооценка	446.417	1	446.417	14.508	<b>0.000</b>
Общая оценка иррациональных убеждений	15321.711	1	15321.711	17.469	<b>0.000</b>

Статистически значимые различия между группами с разным уровнем образования по всем шкалам методики представлены ниже (см. рис. 66, 67).





**Рис. 66** Значения показателей для шкал методики А. Эллиса в группе психологов-консультантов с разным образованием.



**Рис. 67** Значения показателей для шкал методики А. Эллиса в группе психологов-консультантов с разным образованием.

Представленные на рисунках 66 – 67 данные свидетельствуют о наличии иррациональных установок у респондентов обеих групп. У психологов-консультантов с основным образованием по психологии выраженность

иррациональных установок по всем 6 шкалам методики слабее, чем у психологов-консультантов, прошедших переподготовку. Это означает, что респондентам 1-ой группы свойственно в меньшей степени оценивать неблагоприятные события как невыносимые, предъявлять чрезмерно высокие требования к себе и к другим, оценивать личность в целом, а не отдельные поступки других. Кроме этого, респонденты 1-ой группы демонстрируют больший показатель стрессоустойчивости. Респондентам 2-ой группы свойственно в большей степени оценивать каждое неблагоприятное событие как ужасное и невыносимое; показатели шкал «Долженствование в отношении себя» и «Долженствование в отношении других» указывают на наличие чрезмерно высоких требований к себе и к другим; наличие более низких показателей по оценочной установке свидетельствует о тенденции оценивать не отдельные черты или поступки людей, а личность в целом. Кроме того, более низкий показатель по шкале «Фрустрационная толерантность» говорит о более низкой степени переносимости различных фрустраций, чем у респондентов 1-ой группы.

Различия в продолжительности стажа профессиональной деятельности также оказывают влияние на некоторые шкалы методик. На основе данных, представленных в таблице 27, можно говорить о том, что значимое влияние фактор «Стаж» оказывает на шкалы «Катастрофизация» ( $30.6667 \pm 4.33590$  для психологов-консультантов с опытом работы от 1 года до 3х лет,  $41.2333 \pm 6.17382$  для психологов-консультантов с опытом работы от 3х до 10 лет,  $37.1875 \pm 7.28669$  для психологов-консультантов с опытом работы более 10 лет,  $p \leq 0.000$ ), «Долженствования в отношении себя» ( $32.1389 \pm 3.07202$  для 1-ой группы,  $38.4333 \pm 7.30462$  для 2-ой группы,  $36.0625 \pm 7.31636$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.000$ ), «Долженствования в отношении других» ( $34.9722 \pm 3.69931$  для 1-ой группы,  $41.8000 \pm 8.19756$  для 2-ой группы,  $41.8750 \pm 8.25328$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.000$ ), «Фрустрационная толерантность» ( $33.1111 \pm 5.66078$  для 1-ой группы,  $44.0667 \pm 7.76346$  для 2-ой группы,  $41.6875 \pm 7.33684$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.000$ ),

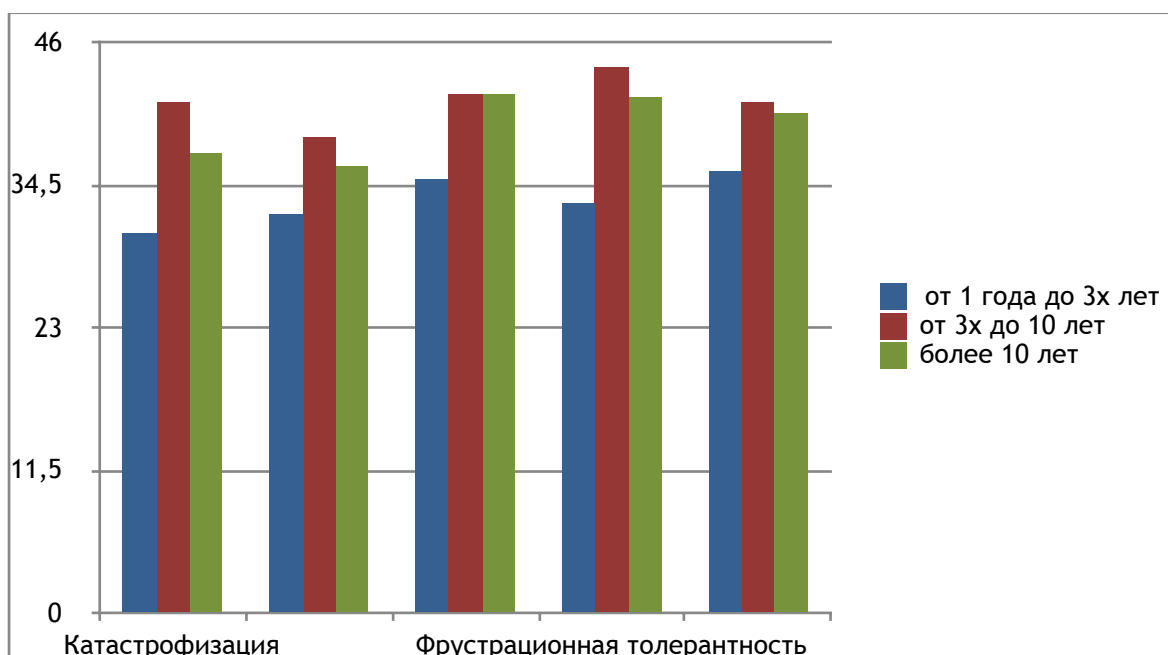
«Самооценка» ( $35.6111 \pm 3.00740$  для 1-ой группы,  $41.1667 \pm 6.86864$  для 2-ой группы,  $40.3750 \pm 6.60177$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.000$ ), «Общая оценка иррациональных убеждений» ( $166.4722 \pm 16.22958$  для 1-ой группы,  $206.7000 \pm 32.08195$  для 2-ой группы,  $197.1875 \pm 34.59329$  для 3-ей группы,  $p \leq 0.000$ ).

**Таблица 27**

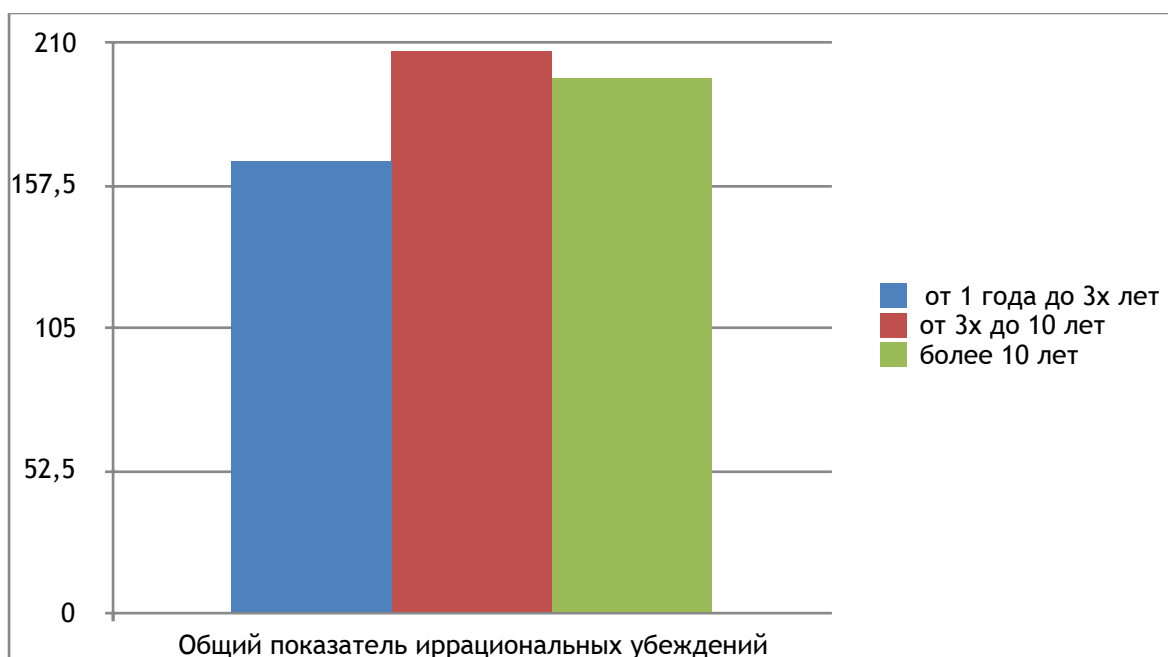
**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Стаж» на шкалы «Методика диагностики иррациональных установок А.Эллиса».**

<b>Стаж</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Катастрофизация	1865.074	2	932.537	28.780	<b>0.000</b>
Долженствования в отношении себя	662.866	2	331.433	9.768	<b>0.000</b>
Долженствования в отношении других	948.734	2	474.367	10.864	<b>0.000</b>
Фрустрационная толерантность	2130.616	2	1065.308	22.889	<b>0.000</b>
Самооценка	569.589	2	284.794	9.621	<b>0.000</b>
Общая оценка иррациональных убеждений	28470.546	2	14235.273	19.723	<b>0.000</b>

Статистически значимые различия между группами с разным стажем профессиональной деятельности по всем шкалам методики представлены ниже (см. рис.68, 69).



**Рис. 68** Значения показателей для шкал методики А. Эллиса в группе психологов-консультантов с разным стажем.



**Рис. 69** Значения показателей для шкал методики А. Эллиса в группе психологов-консультантов с разным стажем.

Представленные на рисунках 68 – 69 данные свидетельствуют о наличии иррациональных установок у респондентов 3х групп. Психологи-консультанты с опытом профессиональной деятельности от 1 года до 3х лет демонстрируют

более выраженное наличие иррациональных установок по всем 6 шкалам методики. Наименьшее наличие иррациональных установок у респондентов с опытом работы от 3х до 10 лет. Следовательно, непродолжительный опыт работы по профессии взаимосвязан с большей выраженностью иррациональных установок.

### **3.2 Обсуждение результатов**

Полученные результаты позволяют утверждать, что гипотеза исследования о том, что психологи-консультанты представляют своего обобщенного клиента как существенно отличающегося от себя самого, подтвердилась.

Полученные данные в группе психологов-консультантов по методике СД показывают, что значение всех факторов для понятия «Я-реальное» существенно выше, чем для понятия «Мой клиент». При этом значения факторов для понятий «Я-реальное» и «Идеальный клиент» практически не различаются. На основании этих данных мы можем предположить, что психологи-консультанты представляют образ реального клиента в сравнении с образом себя как личности более интровертированным, пассивным, менее привлекательным, наделенным меньшими социально желательными характеристиками, в большей степени зависимым от внешних обстоятельств и оценок, более тревожным.

Результаты анализа расстояний между понятиями методики СД, характеризующими отношение к себе и клиенту в группе психологов-консультантов, показали, что «Я-реальное» в наименьшей степени совпадает с образом «Мой клиент», а в наибольшей степени – с образом «Идеальный клиент». Таким образом, реального клиента психологи-консультанты видят существенно отличающимся от себя, а идеального клиента – в значительной степени похожим на себя.

Данные, полученные в группе психологов-консультантов по ГО, также свидетельствуют о наличии расхождений между тем, как психологи-консультанты оценивают себя и представляют образ своего клиента. На основании этих данных можно предположить, что психологам-консультантам свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента, меньшем уважении к нему окружающих и меньшей способности добиваться поставленной цели. Участники исследования характеризуют своих клиентов в сравнении с собой как более склонных к состоянию подавленности, более зависимых и самокритичных, с тенденцией направлять агрессию против собственного «Я». Таким образом, психологи-консультанты представляют своего клиента, наделенным личностными особенностями существенно отличающимися от личностных характеристик, которыми наделяют себя.

Так как взаимное отождествление (видение сходства) между людьми, когда они оценивают личностные качества друг друга, связано с эмоциональной окраской отношений, можно предположить, что психологи-консультанты склонны отстраняться от образа реального клиента в мыслях и в чувствах. Выявленная при этом близость понятий «Я-реальное» и «Идеальный клиент» может свидетельствовать о том, что психологи-консультанты хотели бы видеть клиента похожим на себя.

Важно дополнить, что в аффективном пространстве психологов-консультантов отмечены существенные расхождения между представлениями об образах «Я-реальное» и «Я-идеальное». Так как адекватная «Я-концепция» психолога-консультанта является необходимым условием конгруэнтности, можно предположить, что значительное расхождение между тем, кем себя считает консультант («Я-реальное») и тем, кем он хочет стать («Я-идеальное») препятствует его конгруэнтности в отношениях с клиентом, и тем самым обуславливает его представление о клиенте.

Полученные результаты также позволяют утверждать, что гипотеза исследования о том, что представления о клиенте психологов-консультантов, имеющих разную профессиональную подготовку, различный стаж практической деятельности, работающих в разных структурах и разного возраста, будут различаться, подтвердилась.

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от образования показывают, что психологи-консультанты, прошедшие переподготовку, в сравнении с консультантами с основным психологическим образованием, к своему клиенту имеют менее эмоционально благоприятное отношение, что отражается в заниженных значениях факторов Активности и Оценки. То есть психологи-консультанты, прошедшие переподготовку, представляют образ обобщенного клиента более пассивным, менее привлекательным и наделенным меньшими социально желательными характеристиками. При этом психологи-консультанты, прошедшие переподготовку, имеют более высокий уровень притязаний, что отражается в завышенных значениях факторов Оценки и Силы своих идеальных образов.

У респондентов с основным образованием по психологии наблюдается меньшее расстояние между реальными и идеальными образами себя и клиента, чем у консультантов, прошедших переподготовку, что может говорить о большей согласованности в системе отношений к себе и клиенту в этой выборке.

Результаты, полученные при помощи методики СД, согласуются с данными, полученными с помощью методики диагностики степени рациональности-иррациональности мышления. У психологов-консультантов с основным образованием по психологии выраженность иррациональных установок по всем 6 шкалам методики слабее, чем у психологов-консультантов, прошедших переподготовку. Так как изменения, которые претерпевают образы представления, связаны с существующими в общественном сознании стереотипами, мы можем предположить, что меньшая выраженность

иррациональных установок у психологов с основным психологическим образованием, в сравнении с консультантами, прошедшими переподготовку, взаимосвязана с большей согласованностью в системе отношений к себе и клиенту.

Статистически значимые результаты по шкалам ГО для групп психологов-консультантов с разным образованием не получены. Таким образом, мы можем предположить, что расхождения в представлениях о личностных особенностях себя и клиента в группе психологов-консультантов универсальны и независимы от профессиональной подготовки.

Кроме того, данные Анкеты ПК свидетельствуют, что психологи-консультанты и с основным образованием по психологии, и, прошедшие переподготовку, представляют ситуацию клиента субъективно сложной, при этом консультанты с основным психологическим образованием считают, что причина обращения в трудных жизненных обстоятельствах, а психологи, прошедшие переподготовку, – во внутренних переживаниях.

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от стажа профессиональной деятельности показывают, что психологи-консультанты с меньшим стажем воспринимают клиента менее благоприятно в сравнении с консультантами со стажем работы более 10 лет, о чем свидетельствуют заниженные значения факторов Активности и Силы. То есть консультанты со стажем менее 3х лет представляют образ обобщенного клиента более пассивным, в большей степени зависимым от внешних обстоятельств и оценок, более тревожным. При этом консультанты с опытом менее 3х лет себя воспринимают более позитивно, что отражается в завышенных значениях фактора Силы, имеют более высокий уровень притязаний, что отражается в завышенных значениях факторов своих идеальных образов.

На основании результатов анализа расстояний между реальными и идеальными образами себя и клиента можно говорить о большей



согласованности в системе отношении к себе и клиенту у психологов-консультантов с опытом более 10 лет.

Кроме того, на основании статистически значимых результатов ГО можно предположить, что психологи-консультанты со стажем более 10 лет обладают более высокой самооценкой, чем психологи-консультанты с опытом профессиональной деятельности менее 10 лет.

Важно дополнить, что в группе психологов-консультантов со стажем работы более 10 лет преобладают респонденты с основным психологическим образованием.

Результаты, полученные при помощи методики СД, согласуются с данными, полученными с помощью методики диагностики степени рациональности-иррациональности мышления. Психологи-консультанты с опытом профессиональной деятельности от 1 года до 3х лет демонстрируют более выраженное наличие иррациональных установок по всем 6 шкалам методики. Так как изменения, которые претерпевают образы представления, связаны с существующими в общественном сознании стереотипами, мы можем предположить, что большая выраженность иррациональных установок у психологов с опытом до 3х лет, в сравнении с более опытными консультантами, взаимосвязана с большей рассогласованностью в системе отношений к себе и клиенту.

Данные анкеты ПК свидетельствуют, что психологи-консультанты с опытом работы от 1 года до 3х лет предполагают, что проблема клиента в большей степени обусловлена тяжелой жизненной ситуацией и является объективно сложной, а психологи-консультанты с опытом работы от 3х до 10 лет представляют, что психологические затруднения клиента в большей степени обусловлены внутренними проблемами и являются субъективно неразрешимыми. Участники с опытом более 10 лет считают, что ситуация клиента связана с трудными жизненными обстоятельствами, но при этом является субъективно неразрешимой.

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от условий работы свидетельствуют о большей удовлетворенности психологов-консультантов, ведущих частную практику, в сравнении с психологами, работающими в коллективе, своим профессиональным образом.

На основании результатов анализа расстояний между реальными и идеальными образами себя и клиента можно предположить, что психологи-консультанты, ведущие частную практику, в сравнении с психологами, работающими в профессиональном коллективе, имеют более высокую самооценку, что отражается в меньшем расстоянии между реальными и идеальными образами, а своего клиента они воспринимают наименее похожим на себя.

Статистически значимые результаты по ГО и по методике А. Эллиса для групп психологов-консультантов с разными условиями работы не получены. Таким образом, мы можем предположить, что расхождения в представлениях о личностных особенностях себя и клиента, а также выраженность иррациональных установок в группе психологов-консультантов универсальны и независимы от условий работы.

Результаты анкеты ПК свидетельствуют, что психологи-консультанты, работающие в профессиональном коллективе психологов, представляют, что проблема клиента в большей степени обусловлена тяжелой жизненной ситуацией и является объективно сложной, а психологи-консультанты, ведущие частную практику, представляют, что проблема клиента в большей степени обусловлена внутренними проблемами и является субъективно неразрешимой.

Статистически значимые результаты сравнительного изучения отношений к себе и клиенту у психологов-консультантов в зависимости от возраста показывают, что психологи-консультанты в возрасте до 30 лет в сравнении с респондентами старшего возраста, к своему клиенту имеют более эмоционально благоприятное отношение, но при этом им свойственна более

низкая самооценка, что отражается в низких значениях реальных и идеальных образов.

Важно отметить, что в группе психологов-консультантов в возрасте до 30 лет преобладают респонденты с основным психологическим образованием.

На основании результатов анализа расстояний между реальными и идеальными образами себя и клиента можно предположить, что в более старшей группе респондентов клиент воспринимается наименее похожим на себя, а самооценка у представителей этой группы выше.

Результаты, полученные при помощи методики СД, согласуются с данными, полученными с помощью ГО. Психологи-консультанты в возрасте старше 40 лет обладают более высокой самооценкой, чем психологи-консультанты младшего возраста, при этом им свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента, меньшем уважении к нему окружающих и меньшей способности добиваться поставленной цели; кроме того, психологи-консультанты старше 40 лет в сравнении с респондентами в возрасте до 40 лет в большей степени характеризуют своих клиентов как склонных к состоянию подавленности, более зависимых и самокритичных.

Результаты анкеты ПК свидетельствуют, что психологи-консультанты в возрасте до 30 лет представляют ситуацию клиента в большей степени объективно сложной и связанной с трудными жизненными обстоятельствами, а психологи-консультанты в возрасте от 31 до 40 лет представляют ситуацию клиента субъективно неразрешимой и связанной с внутренними проблемами. Участники в возрасте старше 40 лет представляют ситуацию клиента субъективно неразрешимой, но при этом обусловленной трудными жизненными обстоятельствами.

## **Выводы**

1. Отношения к себе и клиенту у психологов-консультантов в целом являются позитивными. Наибольшие расхождения выявляются между Образом Я и Образом Реального клиента. Психологи-консультанты представляют Реального клиента существенно отличающимся от самих себя – более интровертированным, пассивным, менее привлекательным и наделенным меньшими социально желательными характеристиками, в большей степени зависимым от внешних обстоятельств и оценок, более тревожным. При этом психологи-консультанты представляют Идеального клиента в значительной степени похожим на себя.
2. Психологи-консультанты воспринимают личностные характеристики клиентов как существенно отличающиеся от своих собственных. Респонденты по сравнению с клиентами видят себя более привлекательными, популярными, более способными добиваться поставленных целей, уважения и высокой оценки других людей, имеющими более положительную социальную репутацию, более терпеливыми и менее склонными к агрессии и импульсивному поведению. Клиенты воспринимаются респондентами как более склонные к состоянию подавленности, более зависимые и самокритичные, с тенденцией направлять агрессию против собственного «Я»; а также как более замкнутые, недоверчивые, отстраненные от других людей, стремящиеся скрывать собственную потребность в любви, при этом в большей степени способные на сильные чувства и близкие межличностные отношения.
3. В качестве основной причины обращения клиента к психологу консультанты рассматривают субъективно трудные жизненные обстоятельства, а ожидания клиентов связывают с получением помощи в решении проблем и поддержки; при этом с точки зрения психологов-консультантов причины психологических проблем клиентов состоят в

неправильном воспитании, неконструктивных социальных установках, недостаточном самопонимании и неверном восприятии происходящих событий, а сами клиенты чаще связывают возникновение психологических затруднений с поведением других людей.

4. Выявлено, что представления психологов-консультантов о клиенте различаются в зависимости от их профессиональной подготовки, стажа профессиональной деятельности, условий работы и возраста. На уровне статистической значимости наиболее благоприятно и менее отличающимися от себя клиентов воспринимают психологи-консультанты с основным психологическим образованием, стажем профессиональной деятельности более 10 лет и в возрасте до 30 лет.
5. Выявлено, что представления психологов-консультантов о себе различаются в зависимости от их профессиональной подготовки, стажа профессиональной деятельности, условий работы и возраста. Наиболее согласованную систему отношений к себе демонстрируют психологи-консультанты с основным психологическим образованием, стажем профессиональной деятельности более 10 лет и ведущие частную практику. Психологи-консультанты в возрасте старше 40 лет демонстрируют более высокую самооценку, при этом респонденты этой группы демонстрируют рассогласования в системе отношений своих профессиональных образов.
6. Психологи-консультанты с основным психологическим образованием, а также со стажем работы более 3х лет характеризуются достоверно меньшей выраженностью иррациональных установок.

## **Заключение**

В рамках настоящего исследования были изучены представления психологов-консультантов о клиенте в связи с их социально-демографическими характеристиками.

Полученные результаты позволяют утверждать, что гипотезы исследования о том, что психологи-консультанты представляют своего обобщенного клиента как существенно отличающегося от себя самого и что представления о клиенте психологов-консультантов, имеющих разную профессиональную подготовку, различный стаж практической деятельности, работающих в разных структурах и разного возраста, будут различаться, подтвердились.

Анализ эмпирических данных показал, что психологам-консультантам свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента, меньшем уважении к нему окружающих и его большей пассивности. Респонденты характеризуют своих клиентов в сравнении с собой как более интровертированных, тревожных и самокритичных, в большей степени склонных к состоянию подавленности, более зависимых от внешних обстоятельств и оценок. Психологи-консультанты представляют, что их клиент чаще обращается за помощью в трудных жизненных обстоятельствах, чем в ситуации внутренних противоречий, при этом респонденты считают ситуацию клиента в большей степени субъективно неразрешимой, чем объективно сложной.

Так как взаимное отождествление между людьми, когда они оценивают личностные качества друг друга, связано с эмоциональной окраской отношений, можно предположить, что психологи-консультанты склонны отстраняться от образа реального клиента в мыслях и в чувствах.

В аффективном пространстве психологов-консультантов отмечены существенные расхождения между представлениями о реальном и идеальном образе Я. Так как адекватная самооценка психолога-консультанта является

необходимой предпосылкой установления рабочего контакта, можно предположить, что значительное расхождение между тем, кем себя считает психолог-консультант и тем, кем он хочет стать взаимосвязано с его восприятием клиента.

Кроме того, психологи-консультанты с основным образованием имеют более благоприятное отношение к образу обобщённого клиента, чем психологи-консультанты, прошедшие переподготовку, представляя образ обобщенного клиента более активным, более привлекательным и наделенным большими социально желательными характеристиками. Эти данные согласуются с меньшей выраженностью иррациональных установок у респондентов с основным психологическим образованием.

Психологи-консультанты со стажем работы от 1 года до 3х лет имеют менее благоприятное отношение к образу обобщенного клиента, чем психологи-консультанты с большим опытом, представляя его более пассивным, в большей степени зависимым от внешних обстоятельств и оценок, более тревожным. Эти данные согласуются с большей выраженностью иррациональных установок у респондентов с опытом работы менее 3х лет.

Психологам-консультантам в возрасте старше 40 лет в большей степени, чем психологам-консультантам до 40 лет, свойственно субъективное представление о меньшей социальной привлекательности клиента и его большей склонности к состоянию подавленности.

Таким образом, результаты исследования расширили представления о влиянии ряда социально-демографических характеристик психологов-консультантов на восприятие клиента.

На основании полученных результатов исследования можно сделать следующие практические рекомендации: в процессе подготовки психологов-консультантов, для преодоления существующих стереотипов в восприятии клиента и формирования более адекватного образа клиента, можно предложить использование методик, позволяющих выявить представления психологов-

консультантов об образе обобщенного клиента, с целью обсуждения его адекватности и преодоления существующих неблагоприятных установок.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ackerman S. J., Hilsenroth M. J. A review of therapist characteristics and techniques negatively impacting the therapeutic alliance //Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training. 2001. Т. 38. №. 2. С. 171.
2. Ackerman S. J., Hilsenroth M. J. A review of therapist characteristics and techniques positively impacting the therapeutic alliance //Clinical psychology review. 2003. Т. 23. №. 1. С. 1-33.
3. Ahn H., Wampold B. E. Where oh where are the specific ingredients? A meta-analysis of component studies in counseling and psychotherapy //Journal of Counseling Psychology. 2001. Т. 48. №. 3. С. 251-257.
4. Anderson T., Crowley, M. E. J., Himawan, L., Holmberg, J. K., & Uhlin, B. D. Therapist effects: Facilitative interpersonal skills as a predictor of therapist success //Journal of Clinical Psychology. 2009. Т. 65. №. 7. С. 755-768.
5. Anderson T., Crowley, M. E. J., Himawan, L., Holmberg, J. K., & Uhlin, B. D. Therapist facilitative interpersonal skills and training status: A randomized clinical trial on alliance and outcome //Psychotherapy Research. 2015. С. 1-19.
6. Arthur A. R. Personality, epistemology and psychotherapists' choice of theoretical model: A review and analysis //European Journal of Psychotherapy, Counselling & Health. 2001. Т. 4. №. 1. С. 45-64.
7. Arthur A. R. The personality and cognitive-epistemological traits of cognitive-behavioural and psychoanalytic psychotherapists //British Journal of Medical Psychology. 2000. Т. 73. №. 2. С. 243-257.
8. Aveline M. The person of the therapist //Psychotherapy Research. 2005. Т. 15. №. 3. С. 155-164.
9. Baldwin S. A., Imel Z. E. Therapist effects: Findings and methods //Bergin and Garfield's handbook of psychotherapy and behavior change. 2013. Т. 6.
10. Baldwin S. A., Wampold B. E., Imel Z. E. Untangling the alliance-outcome correlation: Exploring the relative importance of therapist and patient

- variability in the alliance //Journal of consulting and clinical psychology. 2007. T. 75. №. 6. C. 842-852.
11. Beckman D., Brahler E., Richter H.-E. Der Giessen-test (GT). Handbuch. Bern. Stuttgart. Wien. Verlag Hans Huber. 1983. 133 c.
  12. Bennun I., Hahlweg, K., Schindler, L., & Langlotz, M. Therapist's and client's perceptions in behaviour therapy: The development and cross-cultural analysis of an assessment instrument //British Journal of Clinical Psychology. 1986. T. 25. №. 4. C. 275-283.
  13. Beutler L. E. et al. Wong. E.(2004). Therapist variables //Bergin and Garfield's Handbook of psychotherapy and behavior change. C. 226-306.
  14. Blatt S. J. et al. Characteristics of effective therapists: further analyses of data from the National Institute of Mental Health Treatment of Depression Collaborative Research Program //Journal of Consulting and Clinical psychology. 1996. T. 64. №. 6. C. 1276.
  15. Blow A. J., Sprenkle D. H., Davis S. D. Is who delivers the treatment more important than the treatment itself? The role of the therapist in common factors //Journal of marital and family therapy. 2007. T. 33. №. 3. C. 298-317.
  16. Bordin E. S. The generalizability of the psychoanalytic concept of the working alliance //Psychotherapy: Theory, research & practice. 1979. T. 16. №. 3. C. 252.
  17. Boterhoven De Haan K. L., Lee C. W. Therapists' thoughts on therapy: Clinicians' perceptions of the therapy processes that distinguish schema, cognitive behavioural and psychodynamic approaches //Psychotherapy Research. 2014. T. 24. №. 5. C. 538-549.
  18. Bucci S., Seymour-Hyde, A., Harris, A., & Berry, K. Client and therapist attachment styles and working alliance //Clinical psychology & psychotherapy. 2015.
  19. Bugental J. F. T. The art of the psychotherapist. WW Norton & Company, 1992.

20. Castonguay L. G., Constantino M. J., Holtforth M. G. The working alliance: Where are we and where should we go? // *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*. 2006. T. 43. №. 3. C. 271-279.
21. Chui H. et al. Are you in the mood? Therapist affect and psychotherapy process // *Journal of counseling psychology*. 2016. T. 63. №. 4. C. 405.
22. Ciorbea I., Nedelcea C. The Theoretical Orientation Shapes the Personality of the Psychotherapist? // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2012. T. 46. C. 495-503.
23. Corey G. *Theory and practice of psychotherapy and counselling*. 2009. C. 519.
24. Corey M. S., Corey G. *Becoming a helper*. Cengage Learning, 2011. C. 408.
25. Crits-Christoph P. et al. Meta-analysis of therapist effects in psychotherapy outcome studies // *Psychotherapy research*. 1991. T. 1. №. 2. C. 81-91.
26. Crits-Christoph P., Mintz J. Implications of therapist effects for the design and analysis of comparative studies of psychotherapies // *Journal of consulting and clinical psychology*. 1991. T. 59. №. 1. C. 20.
27. Dodd N., Bayne R. Psychological type and choice of counselling model by experienced counsellors // *Journal of Psychological Type*. 2006. T. 11. C. 98-113.
28. Drisko J. Common factors in psychotherapy outcome: Meta-analytic findings and their implications for practice and research // *Families in Society: The Journal of Contemporary Social Services*. 2004. T. 85. №. 1. C. 81-90.
29. Flückiger C. et al. How central is the alliance in psychotherapy? A multilevel longitudinal meta-analysis // *Journal of Counseling Psychology*. 2012. T. 59. №. 1. C. 10.
30. Gava I. et al. Psychological treatments versus treatment as usual for obsessive compulsive disorder (OCD) // *The Cochrane Library*. 2007.
31. Geller J. D., Farber B. A., Schaffer C. E. Representations of the supervisory dialogue and the development of psychotherapists // *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*. 2010. T. 47. №. 2. C. 211.

32. Geller J. D., Lehman A. K., Farber B. A. Psychotherapists' representations of their patients // *Journal of clinical psychology*. 2002. T. 58. №. 7. C. 733-745.
33. Gibb G. D., Best R. H., Lambirth T. T. Clients' and therapists' perspectives on reasons for seeking therapy // *The Journal of psychology*. 1983. T. 114. №. 2. C. 249-252.
34. Gladding S. T. *Counseling: A comprehensive profession*. Pearson Higher Ed, 2012.
35. Hofmann S. G., Smits J. A. J. Cognitive-behavioral therapy for adult anxiety disorders: a meta-analysis of randomized placebo-controlled trials // *The Journal of clinical psychiatry*. 2008. T. 69. №. 4. C. 621.
36. Horvath A. O. et al. Alliance in individual psychotherapy // *Psychotherapy*. 2011. T. 48. №. 1. C. 9.
37. Horvath A. O., Bedi R. P. The alliance. In J. C. Norcross (Ed.), *Psychotherapy relationships that work* / 2002. C. 37-70.
38. Kivlighan Jr D. M. et al. The therapist, the client, and the real relationship: An actor-partner interdependence analysis of treatment outcome // *Journal of counseling psychology*. 2015. T. 62. №. 2. C. 314-320.
39. Kottler J. A. *On being a therapist*. John Wiley & Sons, 2010.
40. Lambert M. J. *Bergin and Garfield's handbook of psychotherapy and behavior change*. John Wiley & Sons, 2013.
41. Lambert M. J., Barley D. E. Research summary on the therapeutic relationship and psychotherapy outcome // *Psychotherapy: Theory, research, practice, training*. 2001. T. 38. №. 4. C. 357.
42. Lambert M. J., Bergin A. E. *The effectiveness of psychotherapy*. 1994.
43. Laska K. M. et al. Uniformity of evidence-based treatments in practice? Therapist effects in the delivery of cognitive processing therapy for PTSD // *Journal of counseling psychology*. 2013. T. 60. №. 1. C. 31.
44. Laska K. M., Gurman A. S., Wampold B. E. Expanding the lens of evidence-based practice in psychotherapy: A common factors perspective // *Psychotherapy*. 2014. T. 51. №. 4. C. 467.

45. Lee J. A., Neimeyer G. J., Rice K. G. The Relationship Between Therapist Epistemology, Therapy Style, Working Alliance, and Interventions Use // American Journal of Psychotherapy. 2013. T. 67. №. 4. C. 323-345.
46. Luborsky L. et al. The dodo bird verdict is alive and well—mostly // Clinical Psychology: Science and Practice. 2002. T. 9. №. 1. C. 2-12.
47. Luborsky L., Singer B., Luborsky L. Comparative studies of psychotherapies: is it true that everyone has won and all must have prizes? // Archives of general psychiatry. 1975. T. 32. №. 8. C. 995-1008.
48. Marcus D. K. et al. Is the Dodo bird endangered in the 21st century? A meta-analysis of treatment comparison studies // Clinical psychology review. 2014. T. 34. №. 7. C. 519-530.
49. May R. E. Existential psychology. 1961.
50. Norcross J. C., Wampold B. E. Evidence-based therapy relationships: research conclusions and clinical practices // Psychotherapy. 2011. T. 48. №. 1. C. 98.
51. Okiishi J. C. et al. An analysis of therapist treatment effects: Toward providing feedback to individual therapists on their clients' psychotherapy outcome // Journal of clinical psychology. 2006. T. 62. №. 9. C. 1157-1172.
52. Okiishi J. et al. Waiting for supershrink: An empirical analysis of therapist effects // Clinical Psychology & Psychotherapy. 2003. T. 10. №. 6. C. 361-373.
53. Orlinsky D. E., Botermans J. F., Ronnestad M. H. Towards an empirically grounded model of psychotherapy training: Four thousand therapists rate influences on their development // Australian psychologist. 2001. T. 36. №. 2. C. 139-148.
54. Orlinsky D. E., Howard K. I. Gender and psychotherapeutic outcome // Women and psychotherapy. 1980. C. 3-34.
55. Owen J. et al. Psychotherapist effects in meta-analyses: How accurate are treatment effects? // Psychotherapy. 2015. T. 52. №. 3. C. 321-328.
56. Pascal B., Kurpius S. E. R. Perceptions of clients: Influences of client weight and job status // Professional Psychology: Research and Practice. 2012. T. 43. №. 4. C. 349-355.

57. Ramnerö J., Öst L. G. Therapists' and clients' perception of each other and working alliance in the behavioral treatment of panic disorder and agoraphobia //Psychotherapy Research. 2007. T. 17. №. 3. C. 320-328.
58. Rosenkrantz J., Morrison T. L. Psychotherapist personality characteristics and the perception of self and patients in the treatment of borderline personality disorder //Journal of clinical psychology. 1992. T. 48. №. 4. C. 544-553.
59. Scandell D. J., Wlazelek B. G., Scandell R. S. Personality of the therapist and theoretical orientation //The Irish Journal of Psychology. 1997. T. 18. №. 4. C. 413-418.
60. Schneider K. J. Existential–Humanistic Psychotherapy //The Professional Counselor's Desk Reference. 2015. C. 201.
61. Schneider K. J., Pierson J. F., Bugental J. F. T. (ed.). The handbook of humanistic psychology: Theory, research, and practice. Sage Publications, 2014. C. 732.
62. Servais L. M., Saunders S. M. Clinical psychologists' perceptions of persons with mental illness //Professional Psychology: Research and Practice. 2007. T. 38. №. 2. C. 214-219.
63. Slone N. C., Owen J. Therapist alliance activity, therapist comfort, and systemic alliance on individual psychotherapy outcome //Journal of Psychotherapy Integration. 2015. T. 25. №. 4. C. 275.
64. Sprenkle D. H., Blow A. J. Common factors and our sacred models //Journal of Marital and Family Therapy. 2004. T. 30. №. 2. C. 113-129.
65. Topolinski S., Hertel G. The role of personality in psychotherapists' careers: Relationships between personality traits, therapeutic schools, and job satisfaction //Psychotherapy Research. 2007. T. 17. №. 3. C. 365-375.
66. Varlami E., Bayne R. Psychological type and counselling psychology trainees' choice of counselling orientation //Counselling Psychology Quarterly. 2007. T. 20. №. 4. C. 361-373.

67. Wampold B. E. et al. A meta-analysis of outcome studies comparing bona fide psychotherapies: Empirically, "all must have prizes." // Psychological bulletin. 1997. Т. 122. №. 3. С. 203-215.
68. Wampold B. E. How important are the common factors in psychotherapy? An update // World Psychiatry. 2015. Т. 14. №. 3. С. 270-277.
69. Wampold B. E., Brown G. S. J. Estimating variability in outcomes attributable to therapists: a naturalistic study of outcomes in managed care // Journal of consulting and clinical psychology. 2005. Т. 73. №. 5. С. 914.
70. Wampold B. E., Imel Z. E. The great psychotherapy debate: The evidence for what makes psychotherapy work. Routledge, 2015.
71. Wampold B. E., Messer S. B. Let's face facts: Common factors are more potent than specific therapy ingredients // Clinical Psychology: Science and Practice. 2002. Т. 9. №. 1. С. 21-25.
72. Алешина Ю.Е. Индивидуальное и семейное психологическое консультирование. Изд. 2-е. М.: Независимая фирма "Класс", 1999. 208 с.
73. Богатушина Я. В. Личностные особенности и представления о психологической помощи в связи с субъективным запросом. Диссертация на соискание степени магистра. / Научный руководитель Ковалева Ю. Л. Санкт-Петербургский государственный университет. 2014.
74. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. 200 с.
75. Герберсгаген А. В. Взаимосвязь представлений о психологическом консультировании и особенностей личности. Диссертация на соискание степени магистра. / Научный руководитель Ковалева Ю. Л. Санкт-Петербургский государственный университет. 2008.
76. Гиссенский личностный опросник. / Под ред. Голынкина Е. А., Исурина Г. Л., Кайдановская Е. В., Карвасарский Б. Д. и др. Санкт-Петербург.: Психоневрологический институт им. В. М. Бехтерева. 1993. 21 с.

77. Горобец Н. Л. Специфика профессиограммы деятельности психотерапевта в контексте интегративного подхода в психотерапии: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. Москва. 2008.
78. Горобец Н.Л. Основные характеристики профессии психотерапевта // Высшее образование сегодня. 2007. № 4. С. 58-61.
79. Жилина Э. В. Образ клиента в представлении психологов-консультантов "Телефона доверия" // Отечественный журнал социальной работы. 2012. № 2. С. 172-180.
80. Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2009. 576 с.
81. Исурина Г.Л. Психотерапия и психологическое консультирование как виды клинико-психологических вмешательств. // Развитие психологии в системе комплексного человекознания. Часть 2. М.: Институт психологии РАН. 2012. С. 598-600.
82. Каменюкин А.Г., Ковпак Д.В. Антистресс-тренинг. СПб.: Питер, 2008. С. 201-205.
83. Караваева Т. А. Индивидуально-психологические, социальные и образовательные факторы, определяющие общую профессиональную стратегию врачей-психотерапевтов: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. СПб. 2003.
84. Карвасарский Б. Д. Психотерапия: учеб. для вузов / Изд. 2-е, перераб. СПб.: Питер, 2002. 672 с.
85. Карвасарский Б.Д., Исурина Г.Л. Психотерапия: основные понятия. Журнал «Психическое здоровье. №1. 2006. С. 52-60.
86. Кочюнас Р., Психологическое консультирование: Учебное пособие для вузов. 8-е изд. М.: Академический проект; Трикста, 2014. 222 с.
87. Лурия, А. Р. Лекции по общей психологии СПб.: Питер, 2006. 320 с.
88. Махнач А. В., Горобец Н. Л. Психический анализ деятельности и личности психотерапевта. Социальная психология труда: теория и



- практика / Под ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. Институт психологии РАН. 2010. С. 255-276.
- 89.Махнач А.В., Горобец Н.Л. Роль личности психотерапевта в медицинской и психологической парадигмах психотерапии // Научный поиск. Вып.4 Ярославль. 2003. С. 27-33.
- 90.Нельсон-Джоунс Р. Теория и практика консультирования //СПб.: Питер. 2000. Т. 5.
- 91.Обозов Н. Н. Подходим ли мы друг другу на работе и в личной жизни. СПб., 1993.
- 92.Олифиревич Н.И., Солодуха Ю.М. Динамика профессиональных представлений психологов о себе и о клиенте в контексте оказания психологической помощи студенческой молодежи // Психологическая наука и образование. 2013. № 3. С. 78–88.
- 93.Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М. 1994.
- 94.Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. Издательство: Питер. 2002. 720 с.
- 95.Савченко Т. Н., Картавцева М. Н., Головина Г. М. Качество жизни и образ "Я" экзистенциального психотерапевта // Прикладная юридическая психология. № 1. 2015. С. 131-141.
- 96.Серкин В. П. Психосемантика. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 2016. 318 с.
- 97.Ташлыков В.А. Психология лечебного процесса. Л.: Медицина, 1984. 192 с.
- 98.Шатрова О. В. Личностные характеристики психотерапевтов и их динамика в процессе последипломного обучения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. СПб. 1996.

## Приложение А

### Информированное согласие

Уважаемая (И.О.), мы приглашаем Вас к участию в исследовании, посвященном изучению представлений психолога-консультанта о клиенте. Данное исследование проводится в рамках написания магистерской диссертации на базе факультета психологии СПбГУ; научный руководитель Г. Л. Исурина.

Цель исследования: выявление взаимосвязи между социально-демографическими характеристиками психологов-консультантов и их представлениями о клиенте.

Процедура исследования заключается в анкетировании с помощью психологических опросников. Как правило, время заполнения от 40 до 50 мин. Опросники Вам отправлены по электронной почте. К участию в исследовании приглашаются психологи-консультанты, имеющие высшее психологическое образование, опыт работы по профессии не менее 1 года.

Вся предоставленная Вами информация останется конфиденциальной, результаты будут обрабатываться в обобщенном виде.

Участие в исследовании добровольное и Вы можете отказаться от участия на любом этапе или не отвечать на определенные вопросы. Тем не менее, для получения достоверных результатов мы просим Вас постараться ответить на все вопросы.

Вы не несёте непосредственной выгоды от участия в исследовании. Тем не менее, Вы делаете вклад в расширение представления о взаимосвязи социально-демографических характеристик консультанта и его представления о личности клиента. После завершения исследования, июнь 2017 г., если Вы сообщите о Вашей заинтересованности, Вам будет отправлена электронная копия магистерской диссертации, содержащая результаты исследования.

Пожалуйста, если у Вас возникнут вопросы в ходе прохождения исследования, Вы можете обратиться по тел + 7 981 7227607 или написать на электронный адрес [kairekalvik@gmail.com](mailto:kairekalvik@gmail.com)

Мы благодарим Вас за Ваше согласие участвовать в проводимом исследовании. Заполненные и отправленный на электронный адрес опросники будут являться подтверждением Вашего согласия на участие.

С уважением, Кайрэ Кальвик

## Приложение Б

### Анкета «Представление о клиенте»

Укажите, пожалуйста, уровень Вашего образования:

- Высшее образование по специальности психология
- Высшее образование по другой специальности
- Повышение квалификации по специальности психология
- Другой вариант ответа \_\_\_\_\_

Укажите, пожалуйста, Ваш стаж работы как психолога-консультанта:

- От 1ого до 3х лет
- От 3х до 10 лет
- Более 10 лет

Укажите, пожалуйста, условия Вашей работы:

- Вы работаете в организации или профессиональном коллективе психологов
- У Вас частная практика
- Другой вариант ответа \_\_\_\_\_

Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:

- До 30 лет
- От 30 лет до 40 лет
- От 40 лет

### Анкета 'Представление о клиенте'

Пожалуйста, отметьте свое мнение о Вашем клиенте, выделяя соответствующую цифру в шкале.

Где "0" означает, что Вы считаете, что Вашему клиенту это совсем не свойственно; "10" означает, что Вы считаете, что это максимально соотносится с Вашим клиентом.

#### 1. Ваш клиент обращается за помощью в следующих случаях:

- Трудные жизненные обстоятельства (например, утрата близкого, развод, нарушенные отношения с партнером/с ребенком, трудности на работе, соматическое заболевание)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Ситуации внутреннего дискомфорта и противоречий (например, чувство подавленности, ощущение отчуждения и отсутствия смысла)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

## 2. Ваш клиент ожидает от Вас:

- Поддержку

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Совет

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Дружеское участие

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Принятия на себя ответственности/принятия за него решения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Подтверждения правильности его поступков/суждений и ошибочности поступков/суждений другого

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Помощь в решении его проблем

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Помощь в понимании себя

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Ваш вариант ответа \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

## 3. Психологическая проблема у Вашего клиента возникла по причине:

- Недостаточного самопонимания и неадекватной самооценки

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Плохого понимания других людей

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Неверного восприятия окружающего мира и происходящих событий

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Тяжелой жизненной ситуации

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Неправильного воспитания, неконструктивных социальных установок

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Неконструктивного поведения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Высокой тревожности и страха будущего/неопределенности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Страх одиночества

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Страх смерти

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Нежелания брать ответственность за свою жизнь

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Желания постоянно контролировать других лиц/ситуацию

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Нежелания признавать возможную ошибочность своих поступков

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Неумения устанавливать доверительные, близкие отношения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Профессиональной несостоятельности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Личностных особенностей (пожалуйста, уточните)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

**4. Поводом ухудшения психологического состояния Вашего клиента стал(и):**

- Конфликты в ближайшем окружении

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Сложности в личной жизни (например, отсутствие партнера)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Сложности в профессиональной деятельности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Соматическое заболевание

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Сексуальные проблемы

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Возрастной кризис

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Внешняя травмирующая ситуация (например, утрата близкого, насилие)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Внутренние проблемы (пожалуйста, уточните)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

##### **5. Вашим клиентом в процессе консультирования движет желание:**

- Разрешить проблемную ситуацию

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Наладить нарушенные отношения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Почувствовать себя лучше (счастливее)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Научиться справляться в сложных ситуациях самостоятельно

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Найти себя в профессиональной деятельности/продолжить развитие карьеры

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Понизить тревожность и страх неопределенности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Принять прошлое и интегрировать свой опыт в настоящем

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Научиться брать ответственность

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Изменить другого

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Стать хорошим партнером в браке, родителем

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Найти/обрести смысл своей жизни

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Научиться строить близкие/доверительные отношения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

**6. Как Вы считаете, ситуация, с которой обратился Ваш клиент, является:**

- Объективно сложной

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Субъективно сложной или неразрешимой

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

**7. Клиент рассматривает свою жизненную ситуацию как проблемную потому что:**

- Обладает определенными личностными особенностями (пожалуйста, уточните)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Имеет определенные социальные установки (пожалуйста, уточните)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Характеризуется повышенной тревожностью и страхом неопределенности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Характеризуется нежеланием брать ответственность за свою жизнь

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Ваш вариант ответа \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

#### **8. Клиент думает, что проблемная ситуация обусловлена:**

- Внешними обстоятельства (например, экономическая ситуация)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Неправильным поведением других лиц

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Его собственными ошибочными действиями

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Его внутренними проблемами (пожалуйста, уточните)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Его установками (пожалуйста, уточните)

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Явная причина отсутствует

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Ваш вариант ответа \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

#### **9. С чем связаны позитивные изменения/эффективность консультационного процесса:**

- Понимание и принятие себя клиентом



0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Осознание причин проблемной ситуации

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Готовность изменить отношение к проблемной ситуации

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Готовность начать действовать с целью позитивного преобразования проблемы

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Снижением тревоги и повышением толерантности к неопределенным ситуациям

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Принятием ответственности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Позитивным отношением к одиночеству

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Принятием прошлого как данность и интеграцией опыта

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Обретением навыка устанавливать более близкие/гармоничные отношения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Появлением мотивации к профессиональной деятельности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Появления чувства наличия смысла жизни

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Способность признать ошибочность собственных суждений/поступков

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

**10. Чем обусловлено сопротивление консультационному процессу со стороны клиента:**

- Нежеланием принимать ответственность за свою жизнь

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Повышенной тревожностью и страхом неопределенности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Нежеланием изменять привычный уклад жизни

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Нежеланием изменять сложившиеся отношения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

**11. Ваш клиент вызывает у Вас чувство/состояние:**

- Безразличие

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Злость

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Раздражение

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Скука

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Страх

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Напряжение

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Сочувствие/сопереживание

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Вовлеченность

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Желание позаботиться/защитить

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Теплое участие

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Нейтральность

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

## 12. Процесс консультирования вызывает у Вас чувство/состояние:

- Ответственность за клиента

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Беспомощность перед сложностями клиента

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Злость, что не можете помочь клиенту

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Вина, что не можете улучшить жизненную ситуацию клиента

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Страх, что не сможете помочь клиенту

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Напряжение, что клиент ждет от вас помощи

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Ощущение, что клиент не ценит Вашу работу

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Удовлетворение от работы

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Радость от взаимодействия с клиентом

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Вовлеченность в процесс

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Надежду, что сможете помочь клиенту

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Ваш вариант ответа \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

### 13. Вы думаете Ваш клиент:

- Ленив, чтобы самостоятельно позитивно изменить свою жизнь

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Инфантилен, чтобы взять ответственность на себя

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Глуп, т.е., неспособен на адекватную самооценку и адаптивное поведение

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Эгоистичен, чтобы научиться строить гармоничные отношения

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Страдает в сложных жизненных обстоятельствах

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Терпеливо и со смирением переносит жизненные трудности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Боится будущего/неопределенности

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

- Духовно и эмоционально развивается

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

• *Ваш вариант ответа* \_\_\_\_\_

0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

## Приложение В

### Бланк методики Семантический дифференциал

Постарайтесь, пожалуйста, определить, с каким концом каждой шкалы ассоциируются у Вас данные понятия. Постарайтесь не оценивать, а именно ориентироваться на свои ассоциации. Например, Вам предлагается понятие **Сабля** и шкала «холодный – горячий». Понятно, что это понятие у разных людей будет вызывать разные ассоциации: у одного слово **сабля** будет ассоциироваться с определением **холодный**, а у другого – **горячий**.

<b>АКТИВНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ПАССИВНЫЙ</b>
<b>ХОРОШИЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ПЛОХОЙ</b>
<b>СИЛЬНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>СЛАБЫЙ</b>
<b>СПОКОЙНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ПОДВИЖНЫЙ</b>
<b>ФАЛЬШИВЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ИСТИННЫЙ</b>
<b>МАЛЕНЬКИЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>БОЛЬШОЙ</b>
<b>ТЕПЛЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ХОЛОДНЫЙ</b>
<b>УМНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ГЛУПЫЙ</b>
<b>ДОМИНИРУЮЩИЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ПОДЧИНЯЮЩИЙСЯ</b>
<b>СТАТИЧНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ДИНАМИЧНЫЙ</b>
<b>ЖЕСТОКИЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ГУМАННЫЙ</b>
<b>ЗАВИСИМЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ</b>
<b>ШУМНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ТИХИЙ</b>
<b>ЧИСТЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ГРЯЗНЫЙ</b>
<b>РЕШИТЕЛЬНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>РОБКИЙ</b>
<b>ОСМОТРИТЕЛЬНЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ДЕЯТЕЛЬНЫЙ</b>
<b>ОТТАЛКИВАЮЩИЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ</b>
<b>ПОДАТЛИВЫЙ</b>	3	2	1	0	1	2	3	<b>ПРОБИВНОЙ</b>

## Приложение Г

### Одномерные критерии влияния независимой переменной «Образование» на факторы методики «Семантический дифференциал».

Образование	Сумма квадратов типа III	Степень свободы	Средний квадрат	F	p
Я-реальное (фактор Активности)	0.238	1	0.238	0.294	0.589
Я-идеальное (фактор Активности)	1.246	1	1.246	2.659	0.107
Я как психолог-консультант (фактор Активности)	0.012	1	0.012	0.028	0.867
Идеальный психолог-консультант (фактор Активности)	1.766	1	1.766	3.932	<b>0.051</b>
Мой клиент (фактор Активности)	4.953	1	4.953	18.450	<b>0.000</b>
Идеальный клиент (фактор Активности)	0.042	1	0.042	0.209	0.649
Я-реальное (фактор Оценки)	0.701	1	0.701	2.294	0.134
Я-идеальное (фактор Оценки)	2.783	1	2.783	8.363	<b>0.005</b>
Я как психолог-консультант (фактор Оценки)	0.889	1	0.889	2.415	0.124
Идеальный психолог-консультант (фактор Оценки)	0.250	1	0.250	0.494	0.484
Мой клиент (фактор Оценки)	10.936	1	10.936	19.199	<b>0.000</b>
Идеальный клиент (фактор Оценки)	0.559	1	0.559	1.187	0.279
Я-реальное (фактор Силы)	0.723	1	0.723	1.402	0.240
Я-идеальное (фактор Силы)	13.409	1	13.409	43.771	<b>0.000</b>
Я как психолог-консультант (фактор Силы)	0.599	1	0.599	1.222	0.272
Идеальный психолог-консультант (фактор Силы)	2.495	1	2.495	5.550	<b>0.021</b>

Мой клиент (фактор Силы)	0.591	1	0.591	1.124	0.292
Идеальный клиент (фактор Силы)	0.150	1	0.150	0.382	0.538
Моя работа (фактор Активности)	0.919	1	0.919	2.033	0.158
Моя работа (фактор Оценки)	1.545	1	1.545	2.029	0.158
Моя работа (фактор Силы)	0.148	1	0.148	0.214	0.645
Успех в работе (Фактор Активности)	0.007	1	0.007	0.017	0.896
Успех в работе (фактор Оценки)	2.677	1	2.677	5.014	<b>0.028</b>
Успех в работе (фактор Силы)	0.188	1	0.188	0.270	0.605
Неудача в работе (фактор Активности)	6.537	1	6.537	8.012	<b>0.006</b>
Неудача в работе (фактор Оценки)	0.381	1	0.381	0.353	0.554
Неудача в работе (фактор Силы)	3.550	1	3.550	3.210	<b>0.077</b>

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Стаж» на факторы методики «Семантический дифференциал».**

<b>Стаж</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Я-реальное (фактор Активности)	0.032	2	0.016	0.020	0.980
Я-идеальное (фактор Активности)	0.925	2	0.462	0.966	0.385
Я как психолог-консультант (фактор Активности)	2.204	2	1.102	2.637	<b>0.078</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Активности)	1.315	2	0.657	1.428	0.246
Мой клиент (фактор Активности)	2.132	2	1.066	3.466	<b>0.036</b>



Идеальный клиент (фактор Активности)	2.291	2	1.146	6.504	<b>0.002</b>
Я-реальное (фактор Оценки)	1.260	2	0.630	2.083	0.131
Я-идеальное (фактор Оценки)	1.695	2	0.847	2.416	<b>0.096</b>
Я как психолог-консультант (фактор Оценки)	2.002	2	1.001	2.791	<b>0.067</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Оценки)	0.042	2	0.021	0.040	0.961
Мой клиент (фактор Оценки)	3.036	2	1.518	2.243	0.113
Идеальный клиент (фактор Оценки)	0.561	2	0.281	0.588	0.558
Я-реальное (фактор Силы)	3.604	2	1.802	3.710	<b>0.029</b>
Я-идеальное (фактор Силы)	7.178	2	3.589	9.224	<b>0.000</b>
Я как психолог-консультант (фактор Силы)	2.172	2	1.086	2.279	0.109
Идеальный психолог-консультант (фактор Силы)	3.260	2	1.630	3.658	<b>0.030</b>
Мой клиент (фактор Силы)	3.086	2	1.543	3.081	<b>0.051</b>
Идеальный клиент (фактор Силы)	0.078	2	0.039	0.098	0.907
Моя работа (фактор Активности)	1.397	2	0.698	1.546	0.220
Моя работа (фактор Оценки)	3.896	2	1.948	2.627	<b>0.079</b>
Моя работа (фактор Силы)	3.723	2	1.861	2.834	<b>0.065</b>
Успех в работе (Фактор Активности)	2.174	2	1.087	2.941	<b>0.059</b>
Успех в работе (фактор Оценки)	1.115	2	0.558	0.995	0.374
Успех в работе (фактор Силы)	0.061	2	0.030	0.043	0.958

Неудача в работе (фактор Активности)	2.451	2	1.225	1.396	0.254
Неудача в работе (фактор Оценки)	0.280	2	0.140	0.128	0.880
Неудача в работе (фактор Силы)	0.987	2	0.493	0.428	0.653

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Условия работы» на факторы методики «Семантический дифференциал».**

Условия работы	Сумма квадратов типа III	Степень свободы	Средний квадрат	F	p
Я-реальное (фактор Активности)	3.456	1	3.456	4.504	<b>0.037</b>
Я-идеальное (фактор Активности)	0.369	1	0.369	0.769	0.383
Я как психолог-консультант (фактор Активности)	0.303	1	0.303	0.695	0.407
Идеальный психолог-консультант (фактор Активности)	0.490	1	0.490	1.053	0.308
Мой клиент (фактор Активности)	0.726	1	0.726	2.259	0.137
Идеальный клиент (фактор Активности)	0.295	1	0.295	1.483	0.227
Я-реальное (фактор Оценки)	0.113	1	0.113	.360	0.550
Я-идеальное (фактор Оценки)	0.641	1	0.641	1.782	0.186
Я как психолог-консультант (фактор Оценки)	0.517	1	0.517	1.388	0.242
Идеальный психолог-консультант (фактор Оценки)	2.843	1	2.843	6.006	<b>0.016</b>
Мой клиент (фактор Оценки)	1.022	1	1.022	1.473	0.228

Идеальный клиент (фактор Оценки)	6.026	1	6.026	14.954	<b>0.000</b>
Я-реальное (фактор Силы)	0.925	1	0.925	1.802	0.183
Я-идеальное (фактор Силы)	0.114	1	0.114	0.241	0.625
Я как психолог-консультант (фактор Силы)	2.903	1	2.903	6.289	<b>0.014</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Силы)	.734	1	.734	1.557	0.216
Мой клиент (фактор Силы)	.213	1	.213	.401	0.528
Идеальный клиент (фактор Силы)	.752	1	.752	1.949	0.167
Моя работа (фактор Активности)	.068	1	.068	.146	0.703
Моя работа (фактор Оценки)	5.551	1	5.551	7.801	<b>0.007</b>
Моя работа (фактор Силы)	5.438	1	5.438	8.672	<b>0.004</b>
Успех в работе (Фактор Активности)	.427	1	.427	1.104	0.297
Успех в работе (фактор Оценки)	.487	1	.487	.868	0.354
Успех в работе (фактор Силы)	7.222	1	7.222	11.839	<b>0.001</b>
Неудача в работе (фактор Активности)	.040	1	.040	.044	0.834
Неудача в работе (фактор Оценки)	6.042	1	6.042	5.990	<b>0.017</b>
Неудача в работе (фактор Силы)	.353	1	.353	.308	0.580

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Возраст» на факторы методики «Семантический дифференциал».**

<b>Возраст</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
----------------	---------------------------------	------------------------	------------------------	----------	----------

Я-реальное (фактор Активности)	3.226	2	1.613	2.068	0.133
Я-идеальное (фактор Активности)	1.339	2	.669	1.414	0.249
Я как психолог-консультант (фактор Активности)	5.457	2	2.728	7.242	<b>0.001</b>
Идеальный психолог-консультант (фактор Активности)	2.176	2	1.088	2.421	<b>0.095</b>
Мой клиент (фактор Активности)	2.829	2	1.415	4.735	<b>0.011</b>
Идеальный клиент (фактор Активности)	1.281	2	.641	3.391	<b>0.039</b>
Я-реальное (фактор Оценки)	1.169	2	.585	1.925	0.153
Я-идеальное (фактор Оценки)	.244	2	.122	.331	0.719
Я как психолог-консультант (фактор Оценки)	.896	2	.448	1.203	0.306
Идеальный психолог-консультант (фактор Оценки)	.835	2	.417	.827	0.441
Мой клиент (фактор Оценки)	4.409	2	2.205	3.343	<b>0.040</b>
Идеальный клиент (фактор Оценки)	1.559	2	.780	1.678	0.193
Я-реальное (фактор Силы)	3.444	2	1.722	3.530	<b>0.034</b>
Я-идеальное (фактор Силы)	3.792	2	1.896	4.390	<b>0.016</b>
Я как психолог-консультант (фактор Силы)	1.498	2	.749	1.543	0.220
Идеальный психолог-консультант (фактор Силы)	1.811	2	.906	1.952	0.149
Мой клиент (фактор Силы)	.485	2	.242	.454	0.637
Идеальный клиент (фактор Силы)	.363	2	.182	.459	0.634

Моя работа (фактор Активности)	.463	2	.232	.500	0.609
Моя работа (фактор Оценки)	.417	2	.209	.266	0.767
Моя работа (фактор Силы)	1.534	2	.767	1.121	0.331
Успех в работе (Фактор Активности)	1.323	2	.662	1.740	0.182
Успех в работе (фактор Оценки)	2.137	2	1.069	1.952	0.149
Успех в работе (фактор Силы)	3.025	2	1.512	2.254	0.112
Неудача в работе (фактор Активности)	3.224	2	1.612	1.857	0.163
Неудача в работе (фактор Оценки)	.757	2	.378	.348	0.707
Неудача в работе (фактор Силы)	1.507	2	.754	.658	0.521

## Приложение Д

### Одномерные критерии влияния независимой переменной «Стаж» на шкалы методики «Гиссенский личностный опросник».

Стаж	Сумма квадратов типа III	Степень свободы	Средний квадрат	F	p
«Я» Социальное одобрение	131.384	2	65.692	3.539	<b>.034</b>
«Клиент» Социальное одобрение	11.736	2	5.868	.245	.783
«Я» Доминантность	110.938	2	55.469	3.722	<b>.029</b>
«Клиент» Доминантность	39.847	2	19.924	1.307	.276
«Я» Контроль	18.271	2	9.136	1.139	.325
«Клиент» Контроль	18.730	2	9.365	1.190	.310
«Я» Преобладающее настроение	69.224	2	34.612	1.419	.248
«Клиент» Преобладающее настроение	53.466	2	26.733	1.445	.242
«Я» Открытость – Замкнутость	87.506	2	43.753	2.479	<b>.090</b>
«Клиент» Открытость – Замкнутость	74.652	2	37.326	2.751	<b>.070</b>
«Я» Социальные способности	120.241	2	60.121	4.182	<b>.019</b>
«Клиент» Социальные способности	13.552	2	6.776	.564	.571

### Одномерные критерии влияния независимой переменной «Возраст» на шкалы методики «Гиссенский личностный опросник».

Возраст	Сумма квадратов типа III	Степень свободы	Средний квадрат	F	p
«Я» Социальное одобрение	91.006	2	45.503	2.386	<b>.099</b>
«Клиент» Социальное одобрение	112.345	2	56.172	2.481	<b>.090</b>
«Я» Доминантность	6.969	2	3.484	.215	.807

«Клиент» Доминантность	53.167	2	26.583	1.764	.178
«Я» Контроль	23.482	2	11.741	1.476	.235
«Клиент» Контроль	23.108	2	11.554	1.479	.234
«Я» Преобладающее настроение	199.961	2	99.980	4.396	<b>.015</b>
«Клиент» Преобладающее настроение	122.378	2	61.189	3.472	<b>.036</b>
«Я» Открытость – Замкнутость	30.668	2	15.334	.835	.438
«Клиент» Открытость – Замкнутость	52.965	2	26.483	1.913	.154
«Я» Социальные способности	26.650	2	13.325	.856	.429
«Клиент» Социальные способности	50.971	2	25.486	2.208	.117

**Одномерные критерии влияния независимой переменной «Возраст» на шкалы методики «Гиссенский личностный опросник».**

<b>Возраст</b>	<b>Сумма квадратов типа III</b>	<b>Степень свободы</b>	<b>Средний квадрат</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
«Я» – «Клиент» Социальное одобрение	348.836	2	174.418	3.726	<b>.028</b>
«Я» – «Клиент» Доминантность	82.913	2	41.456	1.457	.239
«Я» – «Клиент» Контроль	95.362	2	47.681	3.789	<b>.027</b>
«Я» – «Клиент» Преобладающее настроение	573.065	2	286.532	9.780	<b>.000</b>
«Я» – «Клиент» Открытость – Замкнутость	20.770	2	10.385	.512	.601
«Я» – «Клиент» Социальные способности	101.176	2	50.588	2.370	.100