

## ВПЛИВ РІВНЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МАЙБУТНЬОГО ПСИХОЛОГА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖСОБИСТІСНОГО ПІЗНАННЯ

*У статті висвітлено результати емпіричного дослідження змістових показників ідентифікації як механізму міжособистісного пізнання майбутніми психологами клієнтів. Розкрито відмінності когнітивного й емоційного компонентів «концепції Іншого» та «Я-концепції» досліджуваних для високого, середнього та низького рівнів ідентифікації. Обґрунтовано думку, що групу студентів із середнім рівнем ідентифікації вирізняє більш конструктивна позиція щодо оцінювання психологічних характеристик клієнта. Визначено потребу підготовки майбутніх психологів до адекватного, контрольованого використання механізму ідентифікації в співдії із клієнтом.*

**Ключові слова:** ідентифікація, рівень ідентифікації, компоненти ідентифікації, міжособистісне пізнання, «концепція Іншого», майбутній психолог.

**Постановка проблеми.** Професійна підготовка до діяльності у сфері психологічної допомоги актуалізує дослідження широкого кола питань, пов'язаних з особистісним та професійним зростанням майбутніх психологів. Це, з одного боку, спонукальний контекст їх професійного вибору, ціннісно-сміслові настановлення, знання власної ресурсності тощо, які є засадничим для становлення конкурентоспроможного професіонала, а з іншого – компетентності, завдяки яким уможливується ефективна реалізація професійних функцій. Очевидно, що конструювання простору психологічної практики відбувається в площині умілого поєднання психологом особистісного й професійного співіснування у взаємодії із клієнтом як його власної унікальної моделі світу, так і суспільного й особистого досвіду «Іншого». На змістовий та динамічний контекст їх спілкування накладають відбиток різноманітність життєвих світів, в яких вони перебувають, подієвість життєвих сценаріїв, результативність процесів соціалізації та індивідуалізації, які взаємозумовлюють когнітивний, емоційно-оцінний та поведінковий ракурси самоствавлення.

Готовність до роботи з модальностями психічної реальності «Іншого» – важливе завдання професійної підготовки майбутніх психологів, яке, своєю чергою, детермінує науково-дослідницьку зацікавленість кодифікаційним конструктом «Я», інкорпорованим у систему взаємодії «психолог – клієнт». З позиції психолога «зустріч» з «Я» іншої людини породжує ситуацію пізнання й осмислення сутності її особистісних особливостей, переживань, взаємоспіввіднесеність проблемностей у репрезентованому клієнтом самонаративі, і, що важливо, потребує оптимального рівня ідентифікації з «концепцією Іншого». Саме останнє, на нашу думку, становить значні труднощі для студентів, які навчаються будувати конструктивні відносини із клієнтами, та потребує детального емпіричного

дослідження, адже його результати уможливають розроблення системи психологічного супроводу підготовки майбутніх психологів, набуття ними відповідних професійних компетенцій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідницький інтерес до міжособової взаємодії викликаний специфічністю породженої нею ситуації, в якій операціоналізуються значення, інтерпретації, рольова поведінка, сконструйована соціальна реальність (І. Гофман [1], Л. Нагорна [2], В. Москаленко [3] та ін.). У професійній діяльності психолога всі вони деконструються з огляду на новоутворений із клієнтом контекст контактування, а отже, розглядаються з позиції ефективності інтервенції або якостей ефективного психотерапевта. Так, В. Wampold упорядковано чотирнадцять характеристик, вплив яких визначає результативність терапевтичного альянсу. Усі вони сконцентровані навколо професійних умінь організувати співдію, побіжно визначаючи ті психологічні механізми, опертя на які створює оптимум для успішного вирішення актуальних для клієнта проблем. Зокрема, це дії-характеристики психолога, що забезпечують можливість встановлення психологічних меж та сприяють уникненню переносу й контрпереносу, водночас створюють ресурс для усвідомлення труднощів життя- та самоздійснення клієнта [4], де не останню роль відіграє ідентифікація. Численні праці сучасників містять узагальнення теоретико-емпіричних досліджень цього психологічного феномена (В. Агеєв, Г. Андреєва, О. Бодальов, Л. Шнейдер [5] та ін.), диференціацію понять «ідентифікація», «ідентичність», «ідентичність особистості» (С. Ємельянова [6], Х. Турецька [7] та ін.), умови та чинники становлення професійної ідентичності (Г. Балл, В. Заливков та С. Копилов [8] та ін.), однак не акцентують увагу на професійних аспектах використання соціально-психологічного меха-

нізму ідентифікації в роботі психолога. Привертає увагу досвід закордонних дослідників і практиків, де представлено оновлений погляд на традиційні для психологічної науки концепції проєктивної та інтроєктивної ідентифікації (Т. Ogden [9], J. Scharff [10]), аргументовано їх використання для практики психологічної допомоги, якщо виникає відповідна потреба.

Різноманітність досліджень професіогенезу психологів, сутності, механізмів та особливостей їх взаємодії із клієнтами, чинників ефективності цього процесу не розкриває питання вибору психологом (особливо майбутнім психологом) оптимального рівня прояву ідентифікації під час структурування процесово-технологічних аспектів пропрацювання проблем клієнта. Передбачаємо, що неконструктивний прояв ідентифікації ускладнює процес пізнання особистісних особливостей та проблем життєздійснення клієнтів, а отже, може негативно позначитися на співдії психолога і клієнта.

**Мета статті** – представити результати дослідження здатності майбутніх психологів до оцінювання та розуміння себе й оточення залежно від наявного в них рівня ідентифікації з «концепцією Іншого».

**Виклад основного матеріалу.** Дослідженням охоплено здобувачів вищої освіти спеціальності «Психологія» випускного курсу та враховано, що вони мають достатній рівень знань про особливості й технологічні аспекти організації основних видів діяльності психолога, знайомі з його роботою, вимогами до неї та володіють елементарними вміннями (отримані під час діагностико-корекційної та психологічної практик) взаємодії з особами, які потребують психологічної підтримки.

Для виявлення особливостей когнітивного компонента ідентифікації на рівні «Я-концепції» залежно від ступеня ідентифікації студентів із клієнтами використано методіку двадцяти тверджень «Хто Я?» (О. Прутченков). Величину ідентифікації себе з іншими людьми та величини позитивності оцінок, що даються собі й оточенню, а також ступеня структуризації «Іншого», виокремлення в ньому різнобічних якостей дав змогу визначити метод репертуарних решіток Дж. Келлі [11]. Отримані за його допомогою результати проаналізовано в трьох напрямках: 1) ідентифікація майбутніх психологів з обраним для дослідження оточенням («концепція Іншого»); 2) семантичний аналіз конструктивів; 3) позитивність оцінок себе та суб'єктів ідентифікації.

Розглянемо сутність застосованої діагностичної процедури. Наприкінці практики під час заповнення бланка тесту репертуарних решіток Дж. Келлі студентам пропонувалася детальна інструкція етапного порівняння між собою 12 осіб, з якими їм довелося контактувати з питань психологічної допомоги під час практики. Процедура

оброблення результатів передбачала визначення величини ідентифікації з іншими людьми, що ґрунтувалася на зіставленні оцінок себе та інших. Відповідно було розраховано, що загальна кількість збігів у таблиці, яка містить 13 конструктивів, може варіюватися від 0 до 13. Якщо кількість ролей – 13, то середній показник ідентифікації становить 6,4–6,8 бала. Збільшення їх кількості поза окресленими межами засвідчує настановлення досліджуваного на подібність між собою й іншими людьми. Зменшення ж, навпаки, – про констатування здебільшого відмінностей.

Отримані результати уможливили виокремлення трьох груп досліджуваних: з високим (33,3%), середнім (43,8%) і низьким (22,9%) рівнями ідентифікації із клієнтами (рис. 1). Надалі аналіз змістових характеристик ідентифікації розглянуто окремо для представників цих трьох вибірок.

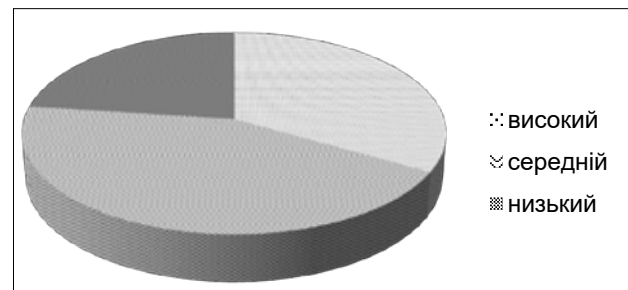


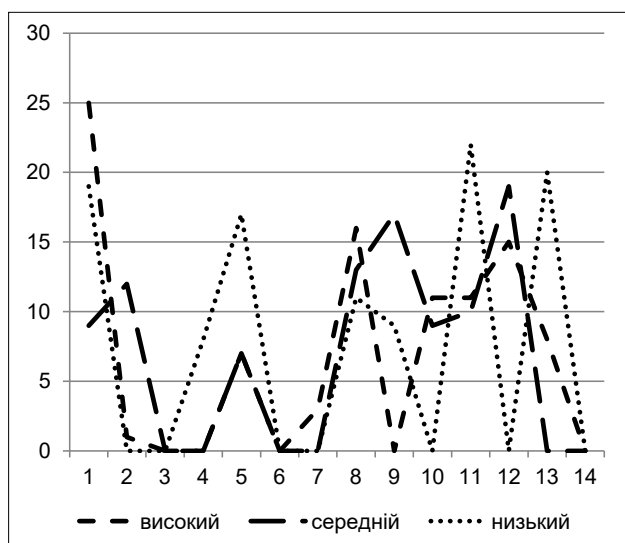
Рис. 1. Розподіл досліджуваних за рівнями ідентифікації

На думку Дж. Келлі, конструкти, породжені досліджуванним, виникають не випадково, а є результатом індивідуального досвіду людини. З огляду на це, для семантичного аналізу конструктивів використано запропоновані І. Шкураторовою категорії: ставлення до інших людей (наприклад, дружні – ворожі), ставлення до себе, ставлення до професійної та інших видів діяльності, ставлення до предметів, егоцентричні конструкти (оцінювання досліджуванним інших людей щодо себе), ставлення до явищ культури, науки, світоглядні ставлення (життєве кредо), властивості темпераменту, інтелект і здібності, здоров'я та хвороби, непсихологічні характеристики (наприклад, опис зовнішності), захоплення й інтереси, приналежність до сім'ї, екстраординарні характеристики (метафоричне сприйняття людей) [12].

У нашому дослідженні проаналізовано, наскільки різноманітними є конструкти, тобто скільки категорій вони позначають; яка категорія представлена найбільш широко; що випало з поля зору досліджуваних (рис. 2).

Зокрема, студенти з високим рівнем ідентифікації продемонстрували ширший спектр характеристик клієнтів – 9 категорій із 14 можливих. Найбільш представленими виявилися конструкти, які характеризують клієнтів за тим, як

вони ставляться до інших людей, їхню поведінку в процесі спілкування. Наступними за чисельністю виявилися конструкти, що характеризують клієнтів за властивостями темпераменту. На третьому місці – так звані егоцентричні конструкти. Мало представлени конструкти, які відображають ставлення клієнтів до самих себе. Констатовано незначущість для розуміння «концепції Іншого» конструктив «інтелект і здібності», «ставлення до матеріальних предметів», «ставлення до професійної й інших видів діяльності», «ставлення до явищ культури, науки».



Примітка: 1) ставлення до інших людей; 2) ставлення до себе; 3) ставлення до професійної та інших видів діяльності; 4) ставлення до предметів; 5) егоцентричні конструкти; 6) ставлення до явищ культури, науки; 7) світоглядні ставлення; 8) властивості темпераменту; 9) інтелект і здібності; 10) здоров'я та хвороби; 11) непсихологічні характеристики; 12) захоплення й інтереси; 13) приналежність до сім'ї; 14) екстраординарні характеристики.

Рис. 2. Показники семантичного аналізу «концепції Іншого»

У студентів із середнім рівнем ідентифікації констатовано 8 конструктив із 14 можливих. Найбільш вираженими виявилися конструкти, пов'язані із захопленнями й інтересами клієнтів. На другому місці ті, в яких описано їхні розумові й інші здібності. На третьому місці – властивості темпераменту.

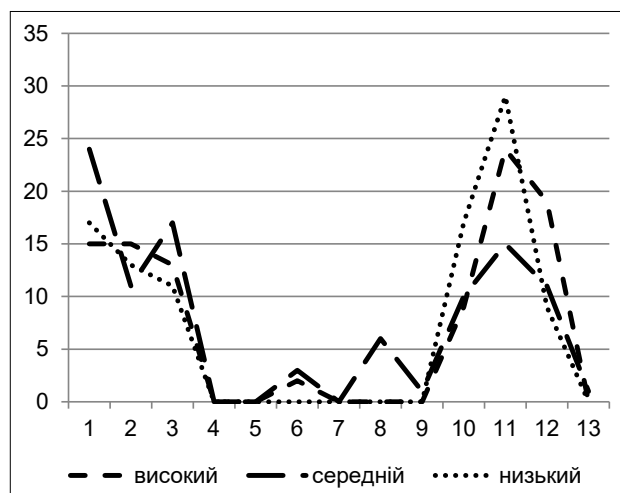
Студенти з низьким рівнем ідентифікації виокремили 7 із 14 можливих конструктив. Зафіксовано найбільшу представленість непсихологічних характеристик клієнтів, тобто конструктив, які не містять безпосередньої психологічної інформації. Друга позиція належить конструктам, що вказують на конкретні акти поведінки, констатують вчинки. Достатньо вираженими в цій групі були егоїстичні конструкти.

Отже, у студентів із високим рівнем ідентифікації переважає позитивне ставлення до клієнтів, цікавість до їхнього життя, поведінки, інтересів та захоплення, однак вони в основному мають непси-

хологічний характер, що свідчить про невміння побачити за вчинками психологічні особливості клієнтів, риси та властивості їхньої особистості. Групу студентів із середнім рівнем ідентифікації також характеризує цікавість до клієнтів, що виходить за межі професійних відносин, але зміст цих знань інший, вони складають в основному психологічний портрет своїх клієнтів, що важливо для професіоналізації взаємин. Низький рівень ідентифікації в третьої групи студентів позначився на недостатньому рівні усвідомлення ними якостей своїх клієнтів, по суті, незнанні їх, відсутності цікавості до них.

Семантичний аналіз конструктив дозволив констатувати, що, попри відмінності проаналізованих конструктив у студентів із різним рівнем ідентифікації, необхідно формувати в них уміння більш диференційовано аналізувати психологічні характеристики, які відображають «концепцію Іншого», та важливі для глибокого пізнання детермінації психічної активності в конкретній ситуації взаємодії (наприклад, реальний запит та його прихований зміст, істинні мотиви суб'єктних проявів та їх репрезентація клієнтом тощо). Дж. Бієрі, послідовник Дж. Келлі, назвав це когнітивною складністю, і визначив її як здатність конструювати соціальну поведінку багатовимірно [цит. за: 11].

Результати дослідження змістовного наповнення когнітивного компонента ідентифікації студентів на рівні «Я-концепції» проаналізовано нами за тими самими конструктами (див. рис. 3).



Примітка: 1) ставлення до інших людей; 2) ставлення до себе; 3) ставлення до професійної та інших видів діяльності; 4) ставлення до предметів; 5) ставлення до явищ культури, науки; 6) світоглядні ставлення; 7) властивості темпераменту; 8) інтелект і здібності; 9) здоров'я та хвороби; 10) непсихологічні характеристики; 11) захоплення й інтереси; 12) приналежність до сім'ї; 13) екстраординарні характеристики.

Рис. 3. Показники семантичного аналізу самохарактеристик

Як видно з рис. 3, у групі студентів із високим рівнем ідентифікації із 13 самохарактеристик

представленими виявилися 7, що свідчить про відсутність умінь рефлексії, і, як наслідок, недостатньо диференційовану самооцінку. Найбільш виражені категорії – захоплення й інтереси, приналежність до сім'ї та ставлення до інших людей. Водночас достатньо вираженими є самохарактеристики, що відображають ставлення студентів до самих себе.

Недостатньо глибокий психологічний характер мають конструкти студентів із низьким рівнем ідентифікації. У них незначний арсенал як сприймання й розуміння інших, так і оцінювання власних особливостей.

Найповніший психологічний портрет склали представники групи із середнім рівнем ідентифікації. У них констатовано 10 самохарактеристик із 13. На першому місці – ставлення до інших людей, на другому – ставлення до професійної та інших видів діяльності, на третьому – захоплення й інтереси.

Зауважимо, що в усіх трьох групах непрезентованими виявилися самохарактеристики ставлення до матеріальних предметів, явищ культури та науки, властивості темпераменту. Не викликали значного зацікавлення власні світоглядні ставлення, інтелект та здібності. Відсутність характеристик, що стосуються здоров'я і хвороби, пояснюємо віковими особливостями та фізичним станом респондентів, який не викликає занепокоєння. Якісний аналіз самохарактеристик засвідчив переважання в студентів, незалежно від рівня ідентифікації, констатувальних характеристики на противагу оцінювальним.

Цілісність оцінювання змістових ознак ідентифікації забезпечено аналізом її емоційного компонента. Він містить переживання емоційного ставлення до «Іншого»: прихильність, визнання цінності «Іншого», довіра до нього або відсутність цікавості, заперечення його цінності, недовіра. Емоційна складова частина ідентифікації на рівні «Я-концепції» є самоставленням особистості, що виявляється в емоційній оцінці власного «Я», яка може бути як позитивною, так і негативною, постає як своєрідний підсумок самопізнання. Результати використаного психодіагностичного інструментарію уможливили виявлення полюсів оцінювання студентами себе та клієнтів, їх порівняння з метою зіставлення в площині подібності з іншим, уявлення себе кращим або гіршим за нього, диференціацію позитивних оцінок (рис. 4).

Як видно з рис. 4, студенти з різним рівнем ідентифікації відрізняються величиною позитивності оцінювання себе та клієнтів. Зокрема, виявлено закономірну залежність: за високого рівня ідентифікації позитивність сприймання клієнта, його цінність перевищує позитивне ставлення до самих себе, за низького, навпаки, домінуючим виявилось позитивне ставлення до себе, а

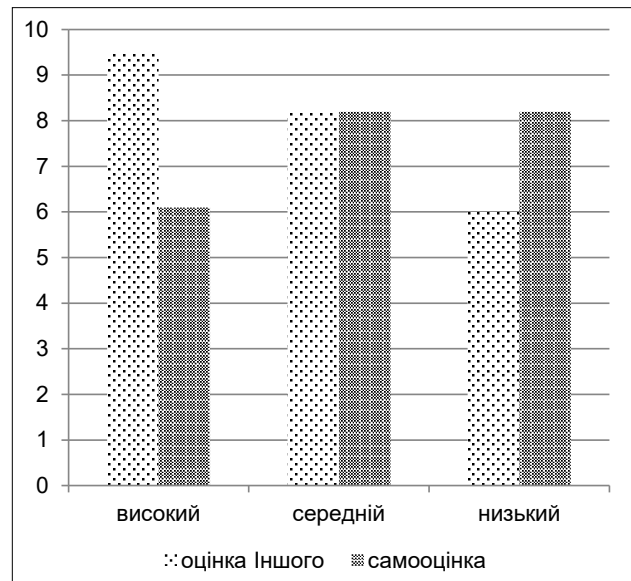


Рис. 4. Зіставлення позитивності ставлення до себе та «Іншого» у майбутніх психологів із різним рівнем ідентифікації

студенти із середнім рівнем розвитку ідентифікації схильні до високого позитивного оцінювання і себе, і клієнта, що, на нашу думку, відповідає адекватному, конструктивному підходу в міжособистісній комунікації психолога і клієнта. Цінність та довіра до «Іншого» за збереження самоповаги створює ту ситуацію співдії, в якій чітко окреслені психологічні межі контактування, зони відповідальності, наявний оптимістичний прогноз психолога щодо ресурсності клієнта у вирішенні проблем, визначено міру впливу на дискретні характеристики внутрішнього світу клієнта.

**Висновки.** Предметом професійної діяльності психолога є психічна реальність клієнта. Її пізнання й осмислення передбачає взаємозумовлену, солідаризовану систему компетентних дій, серед яких виокремлюємо використання фахівцями механізмів соціальної перцепції. Емпатія та рефлексія отримали належне науково-практичне обґрунтування в роботі психолога. Питання ідентифікації, її використання, з огляду на багатоманітність інтерпретацій, виявилось гостро дискусійним, а тому визначило її розгляд у вимірах оптимальності та ресурсності для співдії психолога і клієнта. Крім того, порушено питання про підготовку психологів до адекватного, контрольованого використання ідентифікації ще на етапі навчання в закладі вищої освіти.

Проведене дослідження показало, що майбутні психологи відрізняються за рівнями ідентифікації (високий, середній, низький) та їх змістовим наповненням. Аналіз когнітивного компонента ідентифікації засвідчив: значну кількість ознак за недостатньої уваги до психологічних характеристик «концепції Іншого» у студентів із високим рівнем; розуміння різноплановості проявів клієнтів, акцентування уваги на їхньому психологічному

контексті в студентів групи середнього рівня; відсутність зацікавленості та глибини пізнання, схематизацію образу «Іншого» у студентів із низьким рівнем ідентифікації. Закономірну тенденцію спостережено і щодо самохарактеристик майбутніх психологів та емоційного компонента ідентифікації. Отже, група майбутніх психологів із середнім рівнем ідентифікації наближається до адекватного використання цього соціально-психологічного механізму для виокремлення та розкриття сутності психічних проявів клієнтів.

Перспектива наукових пошуків зосереджена в площині дослідження змістових та процесних аспектів формування адекватного рівня ідентифікації майбутніх психологів у співдії із клієнтом.

#### Література:

1. Гофман И. Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу / под ред. Н. Богомоловой, Д. Леонтьева. Пер. с англ. С. Степанов, Л. Трубицына. Москва : Смысл, 2009. 319 с.
2. Нагорна Л. Соціокультурна ідентичність: пастки ціннісних розмежувань. Київ : ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2011. 272 с.
3. Москаленко В. Соціалізація особистості : монографія. Київ : Фенікс, 2013. 540 с.
4. Wampold B. Qualities and Actions of Effective Therapists. Research suggests that certain psychotherapist characteristics are key to successful treatment. URL: <https://www.apa.org/education/ce/effective-therapists.pdf>.
5. Шнейдер Л. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. Москва : Моск. психол.-соц. ин-т, 2007. 234 с.
6. Емельянова С. Что такое идентичность, или история одного события. URL: <http://hpsy.ru/authors/x1346.htm>.
7. Турецька Х. Проблема емпіричного дослідження особистісної ідентичності. *Вісник Львівського університету. Філософські науки*. 2008. Вип. 11. С. 259–267.
8. Балл Г., Заливков В., Копилов С. Становлення ідентичності фахівця / за ред. В. Злиwkова. Київ ; Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. 260 с.
9. Ogden T. Projective Identification & Psychotherapeutic Technique. New Jersey : Karna, 2005. 246 p.
10. Scharff J. Projective and Introjective Identification and the Use of the Therapist's Self. New Jersey : Jason Aronson, 1992. 340 p.
11. Франселла Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности: Руководство по репертуарным личностным методикам / общ. ред. и предисл. Ю. Забродина, В. Похилько. Пер. с англ.; Москва : Прогресс, 1987. 236 с.
12. Шкуратова И. Когнитивный стиль и общение. Ростов-на-Дону : Издательство РГПУ, 1994. 156 с.

#### Галян О. І. Влияние уровня идентификации будущего психолога на эффективность межличностного познания

*В статье отражены результаты эмпирического исследования содержательных показателей идентификации как механизма межличностного познания будущими психологами клиентов. Раскрыты различия когнитивного и эмоционального компонентов «концепции Другого» и «Я-концепции» испытуемых для высокого, среднего и низкого уровней идентификации. Обосновано утверждение, что группу студентов со средним уровнем идентификации отличает более конструктивная позиция в оценивании психологических характеристик клиента. Определена потребность подготовки будущих психологов к адекватному, контролируемому использованию механизма идентификации во взаимодействии с клиентом.*

**Ключевые слова:** идентификация, уровень идентификации, компоненты идентификации, межличностное познание, «концепция Другого», будущий психолог.

#### Halian O. I. Influence of the level of identification of the future psychologist on the effectiveness of interpersonal cognition

*The article shows the results of the empirical study of the content of indicators of identification as a mechanism of interpersonal knowledge by future psychologists of the clients. The differences of the cognitive and emotional components of the "concept of the Other" and "Self-concept" of the subjects studied for high, medium and low levels have been revealed. It has been found out that a group of students of an average level of identification distinguishes a more constructive position in understanding the psychological characteristics of the client. The need to prepare future psychologists for an adequate, controlled use of the identification mechanism in cooperation with the client based on a more differentiated analysis of its psychological characteristics.*

**Key words:** identification, level of identification, components of identification, interpersonal cognition, "concept of the Other", future psychologist.