



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
**«ИМИДЖ СПЕЦИАЛЬНОГО ПСИХОЛОГА КАК ФАКТОР ВЫБОРА  
ПРОФЕССИИ АБИТУРИЕНТАМИ СОЦИАЛЬНОГО ВУЗА»**

---

24.06.15



# ИСПОЛНИТЕЛЬ

---

**МОСКАЛЕВ АРТЕМ ВИКТОРОВИЧ**

Студент 5го курса РГСУ факультета  
психологии, социальной медицины и  
адаптационно-реабилитационных  
технологий

специальности «Специальная  
психология»



# НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ

---

**ПЕТРОВА ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА**

Доктор психологических наук,  
профессор

декан факультета психологии,  
социальной медицины и  
адаптационно-реабилитационных  
технологий РГСУ

# АКТУАЛЬНОСТЬ РАБОТЫ

**Актуальность данной работы** обусловлена тем, что профессиональная деятельность специального психолога имеет большую общественную значимость. Этот специалист призван оказывать психологическую помощь, поддержку, коррекцию людям с ограниченными возможностями здоровья и членам их семей. Это очень сложный процесс, требующий не только высокой профессиональной квалификации, но и личного, эмоционального участия специалиста, поэтому крайне важно, чтобы получать эту профессию стремились абитуриенты, имеющие определенные психологические особенности:

- высокий уровень специальных и общих способностей;
- сензитивная направленность личности;
- высокий уровень развития морально-нравственных качеств и пр.

Именно поэтому, профессия специального психолога должна иметь привлекательный, но вместе с тем правдивый образ, отражающий специфику профессиональной деятельности, её важность.



- **Целью** исследования является: теоретико-прикладное обоснование необходимости изучения имиджа специального психолога как фактора выбора профессии абитуриентами социального ВУЗа.
- **Объект** исследования - имидж специального психолога.
- **Предметом** исследования является фактор выбора профессии абитуриентами социального ВУЗа.



На основании определенных целей, объекта и предмета нами была выдвинута **гипотеза** данного исследования: мы предполагаем, что имидж специального психолога оказывает эффективное влияние на фактор выбора профессии абитуриентами социального ВУЗа. Можно гипотетически утверждать, что научно-обоснованное конструирование имиджа, как профессионально важного качества современного специального психолога, возможно при наличии определённых приоритетных условий и соответствующих методов.



**Первая глава** работы «Профессиональный имидж и его исследования в современной науке». В результате написания этой главы были сделаны выводы о том, что:

- разработка, формирование и создание имиджа специального психолога представляет собою процедуру, которая требует не малое количество времени и усилий. В силу того, что вопросом профессионального и индивидуального имиджа в качестве отображения внутренней культуры личности в профессиональной психологии раньше специально не занимались, то создание имиджа специального психолога является не только актуальным, но и возникла необходимость целенаправленного занятия имиджем, что способствовало возникновению нового направления – профессиональной имиджологии.

- Поскольку имидж специального психолога имеет непосредственное отношение к психологической культуре, профессиональной компетентности личности и считается одним из основных показателей профессионализма, имидж оказывает огромное психологическое влияние, как на самого психолога, так и на саму целевую аудиторию.

- Можно выделить факторы которые влияют на расположение абитуриента к ВУЗу, это: социальные внешние факторы и внутренние факторы со стороны мыслительной деятельности абитуриента, его установок и личности.

**Вторая глава** работы «Эмпирическое исследование особенностей имиджа профессии специального психолога в сознании абитуриентов социального ВУЗа». Цель исследовательской деятельности заключалась в том, чтобы выявить особенности имиджа специального психолога в восприятии абитуриентов социального ВУЗа.

Исследуемая группа представляла собой 60 человек из числа абитуриентов Российского государственного социального университета. Эта выборка была дифференцирована на две подгруппы. Первая подгруппа в составе 30 человек, представляла собой абитуриентов, выбравших профессию специального психолога в качестве получения основного высшего образования. Вторая подгруппа в составе 30 человек, представляла собой абитуриентов, выбравших другие специальности социальной направленности.



**Диагностический инструментарий** исследования представлен тремя методиками: «Специализированный семантический дифференциал для оценки профессии» (автор: В.П. Серкин), «20 определений» (авторы: М.Кун, Т. Макпартлэнд, в адаптации В.Л. Ситникова), «Исследования внешнего облика» (автор: Е.А.Петрова).



По методике «**Специализированный семантический дифференциал оценки профессии**» было установлено, что абитуриенты, выбравшие профессию специального психолога, отличаются от абитуриентов, выбравших другую профессию тем, что их семантические универсалии совершенно разные. Для абитуриентов I группы важны: квалификация профессии, широкий круг объектов профессиональной деятельности, увлеченность и напряженность труда, престижность и перспективность профессии, её социальная значимость, безопасность. Для абитуриентов II группы в имидже специального психолога важны: необходимость высокой квалификации, сложность профессиональной деятельности, её преобразующий характер, многообразие функций психолога, её деструктивное влияние на здоровье специалиста.

По методике «**20 высказываний**» и с помощью метода **Манна-Уитни** было выявлено, что имидж специального психолога в сознании абитуриентов исследуемых групп существенно различается. Абитуриенты, выбравшие эту специальность, имеют явно привлекательный образ этой профессии, строящийся на интеллектуально-творческих, поведенческих, эмоциональных и социальных характеристиках. Для абитуриентов, выбравших другую специальность в имидже специального психолога больше важны телесно-физические характеристики, в их сознании образ этой профессии имеет гораздо больше неприятных (непривлекательных) характеристик.



По методике «**Исследование внешнего облика**» и с помощью метода «**Угловое преобразование Фишера**» было установлено, что для абитуриентов I группы гораздо важнее, чтобы специальный психолог имел бы овальную форму лица, нормоастеническое телосложение, носил бы одежду делового стиля и использовал бы жесты открытости. Для абитуриентов II группы принципиально, чтобы специальный психолог носил бы прическу из волос средней длины. Однако, это доминантные тенденции. Абитуриенты обеих групп не исключают наличие других внешних признаков у специалиста в области коррекционной педагогики и специальной психологии.





- **В заключении** сделаны основные выводы по работе.
- **Список использованной литературы** включает в себя 56 источников.
- **Практическая значимость** исследования заключается в том, что представленные рекомендации имеют научное обоснование, эмпирическую базу и могут применяться специальными психологами различных учреждений: реабилитационных центров, коррекционных школ, больниц и т.п.





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

---