ОБЩЕСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ КЛИНИЧЕСКОГО ПСИХОЛОГА

Автор: словарь
21.01.2009 04:33 -

Общественная функция клинического психолога — поддержание общественного и индивидуального здоровья.

В связи с необходимостью решения практических задач, направленных не только на поддержание индивидуального, но и общественного здоровья, клиническому психологу все чаще приходится иметь дело с теми или иными группами населения. Последние десятилетия наблюдается интеграция психотерапии в общество.

Предпринимались попытки решать социальные проблемы в контексте различных психологических школ. Проблема модификации поведения разработана в трудах Скинера, который предполагал, что специально подготовленный психотерапевт сможет выступать в роли "социального инженера", разрабатывающего систему поощрения и наказания для модификации социально нежелательного поведения людей. Для изменения общественной и политической ситуации К.

Роджерс предлагал проводить соответствующую психотерапию политиков, руководителей хозяйственных структур и лидеров общественных объединений. В контексте исследований по трансперсональной психологии С. Гроф утверждает, что благодаря работе с холотропными состояниями сознания возможно преодоление духовно-психических корней злобной агрессивности и ненасытной алчности (господствовавших на протяжении человеческой истории), решительное внутреннее преображение человечества и восхождение на более высокий уровень сознания.

Глубинная психология предпринимает попытки приложить свои открытия к истории и политической науке. Разрабатываемая в ее контексте психоистория (Л. де Моз), как научная дисциплина изучает такие вопросы как (а) связь между историей детства политических лидеров, их системой ценностей и ходом принятия ими решений, (б) влияние обычаев воспитания детей на характер революций в отдельные исторические периоды и пр.

Несмотря на противоречивые эмпирические данные возможности эффективного решения психологами социальных проблем, во многих странах продолжают возрастать ожидания относительно роли клинических психологов в поддержании здоровья населения, профилактики девиантного поведения. Психологи выдвигают цели, касающиеся совершенствования межличностных отношений, семейных, микро- и макросоциальных структур. Для решения этих задач, для выполнения культурно-просветительской функции психологам приходится иметь дело с общественностью.

Связь с общественностью (англ.

Public relations) — функционирует во всех сферах жизни общества, поскольку отражает важнейшие стремления человека: быть понятным, открытым для широкого сотрудничества в атмосфере взаимной доброжелательности (в своей практической деятельности институт PR формализует эти стремления человека). Услугами PR пользуются известные психологи, фармацевтические, лечебно-профилактические учреждения, организации, функционирующие в сфере общественного здравоохранения, которые все больше начинают находиться в фокусе внимания СМИ и общественности. Обязанности PR-специалиста, получившего заказ в рамках общественного здравоохранения, это — поддержка связи с правительственными чиновниками, проведение специальных акций (выставок, приемов, презентаций), проведение мероприятий для журналистов (например, пресс-ланч), проведение promotion-акций (лотереи, конкурсы, пр.), спонсорские акции, контроль за рекламой и рекламными материалами (например, за тем как аудитория реагирует на ту или иную рекламу), подключение к программе лидеров общественности, пр.

Важнейшие задачи: (а) установление взаимопонимания и сотрудничества между двумя категориями целевых аудиторий (внутренней, например, психологами, их клиентами, семьями клиентов, психотерапевтическими группами, комплекс мероприятий по формированию корпоративной культуры, сплочению сотрудников организации, оказывающей психотерапевтические услуги, и внешней — общественными деятелями, государственными служащими, теми или иными слоями населения, пр., т. е. доведение информации до определенных людей или группы лиц), получение поддержки ключевой аудитории (например, журналисты непосредственно не влияют на здоровье населения, но от их работы зависит эффективность работы клинического психолога с той или иной группой населения) и лидеров общественности (культовых лиц, чье мнение важно для определенного социального слоя); (б) формирование имиджа лечебно-профилактического учреждения; (в) оповещение широких масс людей или целенаправленное воздействие на определенных лиц, помощь людям в поиске необходимых им услуг, связанных со здоровьем; (г) изучение географии распространения информации о здоровом образе жизни; (д) расширение рынков сбыта услуг (например, медицинских, реабилитационных, профилактических), товаров (например, эффективных лекарственных препаратов).

Для обеспечения общественного здоровья общественное здравоохранение решает ряд своих задач с помощью PR-специалистов, которые проводят рекламные компании, участвуют в разработке социальной рекламы. Клинические психологи совместно с другими специалистами в сфере общественного здоровья участвуют в PR-акциях (например, программа "Профессия и дистресс"), изучают запросы населения в сфере здоровья, проводят мониторинг уровня психического благополучия разных групп населения. Для клинических психологов PR-специалисты, PR-агентства — это тот инструмент, с помощью которого идеи здоровья, психического благополучия, модели поведения, направленного на здоровье, модели позитивного мышления и пр. продвигаются на рынок потребительских услуг населения.

Учитывая общественную значимость профессиональной деятельности клинического психолога, особую значимость приобретает этический кодекс, которого он

придерживается и который принят профессиональным сообществом. Общество защищает здоровье своего населения принятием соответствующего законодательства о профессиональной деятельности психиатров, психотерапевтов, психологов.

Д. В. Кулешов