Министерство образования и науки

донецкой народной республики

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«донецкий ГОСУДАРСТВЕННЫЙ университет»

Филологический факультет

Кафедра психологии

Направление подготовки 37.03.01 Психология

**К защите допустить:**

Зав. кафедрой психологии

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись) уч. степень, звание ФИО

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2025 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

**на тему**: Социальные сети как инструмент формирования доверия психолога среди молодёжи

Студент: \_Мовляв Анна Юрьевна

(полностью фамилия, имя, отчество, подпись)

Научный руководитель: Доцент кафедры психологии Яновская Лариса Владимировна

(ученая степень, звание, Ф.И.О., подпись)

Работа представлена на кафедру «\_\_\_» \_\_\_\_ 2025 г. рег. № \_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись принявшего)

Донецк 2025

# СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc157702613)

[Глава 1 Теоретико-методологические основания изучения доверия к психологам пользователями социальных сетей 6](#_Toc157702614)

[1.1 Теоретические подходы к изучению понятия доверия 6](#_Toc157702615)

[1.2 Профессионально важные качества психолога-консультанта 14](#_Toc157702616)

[1.3 Специфические особенности профессиональной деятельности консультирующего психолога 19](#_Toc157702617)

[Глава 2 Эмпирическое исследование доверия к психологам пользователями социальных сетей 32](#_Toc157702618)

[2.1 Программа исследования доверия к психологам пользователями социальных сетей и обоснование методов 32](#_Toc157702619)

[2.2 Результаты исследования уровня доверия к психологам пользователями социальных сетей 38](#_Toc157702620)

[2.3 Практическое применение результатов исследования и разработка рекомендаций по повышению уровня доверия к психологам 71](#_Toc157702621)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 78](#_Toc157702622)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 82](#_Toc157702623)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А 88](#_Toc157702624)

# ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность**. В современном мире социальные сети играют огромную роль в жизни людей, в том числе и молодежи. Они являются не только средством общения и обмена информацией, но и платформой для формирования общественного мнения, создания и распространения различных стереотипов. В связи с этим исследование роли социальных сетей в процессе формирования доверия к различным профессиональным сферам, включая психологию, становится актуальным и значимым.

Данная магистерская диссертация посвящена изучению роли социальных сетей в формировании отношения молодежи к профессиональной деятельности психолога. Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях развития информационных технологий и активного использования социальных сетей, доверие к источникам информации и специалистам приобретает особое значение.

**Теоретико-методологическими основа**. Последние годы присутствие психолога-консультанта в пространстве социальных медиа является предметом изучения зарубежных (Afsahi, Kolmes, Kolmes, Taube, Zur,) и отечественных исследователей (Воробьёва, Скипор, Клюева, Павлова). Известно, что социальные сети используются практикующими психологами чаще для продвижения себя как специалиста, общения с профессиональным сообществом, предоставления услуг онлайн-консультирования, а также для личного пользования без трансляции своей профессиональной роли (Kolmes).

Изучением доверия как значимого феномена в разное время занимались такие ученые, как П. Штомпка, Э. Гидденс, Н. Луман, Г. Гарфинкель, А. Селигмен. Кроме того, в данном вопросе мы обращались к публикациям современных российских авторов: Н. Д. Гуськовой и А. П. Клюевой, И. А. Дементьева, Ю. Духнича, П. М. Козыревой, А. Н. Красиловой, И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксона и Ж. Симанавичене.

**Цель работы** заключается в исследовании влияния социальных сетей на формирование доверия к профессиональной работе психолога среди молодого поколения.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

Изучить теоретические подходы к изучению понятия доверия

Рассмотреть профессионально важные качества психолога-консультанта

Изучить специфические особенности профессиональной деятельности консультирующего психолога

Разработать программу исследования доверия к психологам пользователями социальных сетей и обоснование методов

Описать результаты исследования уровня доверия к психологам пользователями социальных сетей

Описать практическое применение результатов исследования и разработка рекомендаций по повышению уровня доверия к психологам

**Методы исследования** включают анализ научных источников, статистических данных, а также проведение качественного и количественного анализа данных, полученных в результате опроса молодых пользователей социальных сетей.

Основными источниками получения информации послужили материалы научной и периодической печати, собственные исследования автора и статистические материалы.

**Научная новизна исследования** состоит в том, что выявлено влияние социальных сетей на формирование доверия к профессиональной работе психолога среди молодого поколения.

**Практическая значимость исследования**:

Результаты исследования могут быть использованы для разработки программ по повышению уровня доверия к профессии психолога в молодежной среде, а также для оптимизации работы психологов с использованием социальных сетей.

**Апробация исследования**. Результаты теоретического и эмпирического исследований были представлены на конференциях:

1. IV Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Психолого-педагогическое сопровождение общего, специального и инклюзивного образования детей и взрослых». (Тула, 11 апр. 2024 г.) / редкол.: С. Н. Башинова [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2024.
2. В рамках практико-ориентированного проекта федерального государственного бюджетного образовательного  учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет» по теме: «Формирование доверия к работе психолога у школьников» нами было проведено пилотажное исследование в средней общеобразовательной школе г. Енакиево с одним работающим психологом в феврале 2024 года. Выборка составила 126 учащихся 5-х, 8-х и 11-х классов (по 42 в каждой группе). Результаты пилотажного исследования показали необходимость создания и реализации тренингового проекта, целью которого выступает формирование доверия к школьным психологам среди обучающихся. Таким образом, мы создали тренинг по формированию конструктивных способов доверия к школьному психологу среди школьников.

**Структура работы**. Работа состоит из введения, двух глав, включающих по три параграфа соответственно, заключения, библиографического списка и приложений.

Основное содержание изложено на 85 страницах. Общий объем работы составил 90 страниц.

# Глава 1 Теоретико-методологические основания изучения доверия к психологам пользователями социальных сетей

# 1.1 Теоретические подходы к изучению понятия доверия

Феномен доверия на протяжении долгого времени вызывает научный интерес у различных исследователей: социологов, экономистов, социальных психологов, философов и политологов. Социальные психологи в первую очередь фокусируются на межличностном аспекте доверия. Они исследуют причины формирования, сохранения и потери доверия во взаимодействиях между индивидами. Доверие рассматривается данными ученными как психологический феномен, который совмещает в себе эмоциональные, поведенческие и когнитивные реакции человека, обусловленные удовлетворительной или неудовлетворительной оценкой, получаемой от значимого объекта доверия[1]. По итогу, под доверием в психологии принято понимать явление, которое проявляется в форме субъективного отношения к миру, к другим, к себе и отражает личную внутреннюю позицию индивида, при этом важно подчеркнуть, что в данной науке доверие обязательно имеет эмоционально-чувственную природу.

В социальной философии под доверием понимается определенная форма веры в структуре рационального познания, которая связана с репрезентацией, авторитетными свидетельствами и идеалами культуры. «Доверие – это социальная среда, условие действия, внутренняя структура социальной деятельности, имманентный признак социальной коммуникации» . Доверие является неким гарантом справедливости в общественных отношениях и показателем социальных качеств, понимающихся как «концентрации человеческого опыта, совместной и индивидуальной деятельности людей, различные их комбинации, композиции. Качества социальные воплощаются в условиях, средства, орудиях и инструментах человеческой деятельности. Они также содержатся и в непосредственно индивидном бытии людей, в их способностях, потребностях, умениях, знаниях, присущих им формах поведения и взаимодействия» .

В философской этике доверие рассматривается как этическая категория, являющаяся индикатором нравственности, который, в свою очередь, сопряжен с такими императивами, как честность, ответственность. В разные эпохи проблему доверия рассматривали такие философы как Аристотель, Кант, Спиноза, Гегель и др. При этом отмечается именно социальное начало феномена: философы непременно связывают доверие с формированием нравственного знания и с социальным опытом человека, так как трактуют его, в первую очередь, как проявление и результат социального взаимодействия[2].

В политологии и экономике под доверием понимают необходимое условие жизнеспособности политической системы и экономического развития. Также феномен доверия выступает как один из важнейших аспектов гражданского общества, в силу того, что «связанная сильными узами солидарная община граждан, принимающих участие в политике и лояльных к власти, не могла бы существовать без горизонтального доверия, каким граждане взаимно одаривают друг друга, а также вертикального доверия к публичным институтам». Точно так же, как и социологи, экономисты и политологи применяют теорию социального капитала в процессе анализа доверия. Но при этом их исследования являются более специфическими, так как направлены лишь на определенные сферы функционирования экономических и политических институтов.

Важно обозначить, что для экономической мысли характерен утилитаристский подход к пониманию исследуемого в данной работе феномена. В таком ключе его рассматривает, к примеру, К. Эрроу: «Вообще-то доверие имеет как минимум очень важную ценность с прагматической точки зрения. <…> Оно крайне эффективно; имея возможность положиться на слово другого человека, ты экономишь себе массу усилий. <…> Это товар, у него есть реальная экономическая и практическая ценность; он повышает эффективность системы в целом, позволяет вам производить больше благ или чего-то другого, что вы считаете ценностью. Но он не относится к тем товарам, торговля которыми на рынке технически осуществима или вообще осмыслена». Одно из основных отличий экономического утилитаристского подхода заключается в том, что главную роль в формировании доверия экономисты отводят опыту, который сформирован предыдущими сделками; в других же подходах основным источником доверия принято считать социальных агентов. Подытожив, можно отметить, что экономисты, которые рассматривали доверие в качестве некой прагматической ценности, видели в его высоком уровне не успешную социализацию, а опыт, основанный на множестве повторений, вместе с высоким качеством проверки[60].

Примерно с середины 80-х годов XX века и в социологической науке зарождается интерес к феномену доверия, который отражается в многочисленных исследованиях на данную тематику. Например, Никлас Луман в своем труде «Доверие и власть» отмечает, что доверие является необходимым условием общественно развития по причине нарастания неуверенности людей в будущем, которое связано с увеличением сложности и непрозрачности общества.

Причины, лежащие в основе тенденции увеличения исследовательского интереса к феномену доверия, были названы Петром Штомпкой в его труде «Доверие: социологическая теория», и заключаются в следующем.

1. Современный мир зависит от целенаправленных усилий человека, которые имеют тенденцию усложняться. Люди в целом стали занимать более активную позицию по отношению к будущему.

2. Общество становится взаимозависимым, что вынуждает к более тесному сотрудничеству, что, в свою очередь, ведет к увеличению неопределенности и непредсказуемости.

3. Социальная система становится комплексной, так как актору предлагается все большее количество вариантов решений и действий, что впоследствии приводит к увеличению условий для фатальных ошибок и сопутствующих им эффектов.

4. В современном обществе предлагаются практически неограниченные возможности во всех проявлениях жизни, что ведет к увеличению непредсказуемости действий всех акторов.

5. В социуме наблюдается процесс возникновения и становления огромных сфер, непредсказуемых как для актора, так и для эксперта.

6. Наблюдается тенденция к опосредованности социальных связей и росту анонимности тех членов общества, которые ответственны и способны влиять на благополучие других.

7. В окружении практически каждого актора растет число непривычных для него людей – «чужаков», с которыми ему приходится взаимодействовать (миграция, путешествия, туризм).

Вышеперечисленные причины демонстрируют связь между феноменом доверия и современным обществом, так как каждая из характеристик социальной жизни основывается на необходимости доверия. Причины взаимосвязаны и логически стройны, так как построены на основе тезиса, согласно которому современное общество представляет собой сеть взаимосвязей, взаимодействий, взаимоотношений отдельных людей, гарантом прочности которых выступает доверие. Социальная роль доверия возрастает в связи с разветвлением, увеличением комплексности социальных сетей, усложнением взаимоотношений между людьми[33].

Многие социологии также отмечают имеющуюся связь между явлениями социального обмена и социальных сетей, основываясь на том, что обмен во многих случаях является самой сутью взаимодействия. Так, Джеймс Коулман в своей теории рационального социального действия делает акцент на рациональном аспекте доверия, который, по его мнению, является важным элементом при операции обмена, совершаемой двумя акторами, с целью получить определенные ресурсы, отдав при этом свои. Можно сказать, что феномен доверия выступает в качестве специфического вида инвестиций, благодаря которому создаются необходимые условия для обмена ресурсами.

В современном мире также увеличивается актуальность модели доверия А. Селигмена , что связано с наблюдающимся сегодня в обществе усложнением структуры социальных ролей. Согласно Селигмену, в реалиях нарастающей ролевой сложности доверие становится механизмом, стабилизирующим ожидания. При этом вследствие возрастающей ролевой сегментации члены общества утрачивают способность к самостоятельному согласованию условий и следованию установленным правилам, то есть доверию друг другу. В конечном итоге следствием этого становится внедрение системных ограничений в разных сферах взаимоотношений, а также вытеснение личного доверия институциональным[4].

Иной подход к понимаю доверия как механизма стабилизации ожиданий преподносит Энтони Гидденс. В его теории на первый план выходят отношения «человек-система» и доверие индивида к абстрактным системам. Также стоит упомянуть концепцию Никласа Лумана, в которой объясняется связь между личностным и институциональным доверием. При возникновении необходимости выбора, доверие становится инструментом, минимизирующим риски и решающим проблемы информационного дефицита.

Необходимо сказать и о том, что феномен доверия вызывает все больший интерес у социологического сообщества в качестве одного из ключевых элементов межличностных интеракций, а также как культурный ресурс. Доверие является одним из основных элемент каждого из шести выделенных Петром Штомпкой понятий, симптоматичных для современной культуры. Так, оно выступает важным аспектом гражданского общества, политической культуры, культурного и социального капитала, постматериалистических ценностей, цивилизационной компетентности.

В рамках нашего исследования возникает необходимость рассмотреть феномен доверия как элемент социально капитала, ведь именно этот подход может точно отразить зависимость успешного функционирования социальных сетей от уровня доверия между акторами этой сети. Одним из авторов теории социального капитала является Пьер Бурдье. В работе «Формы капитала» французский социолог писал, что «социальный капитал представляет собой совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью [durablenetworks] более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания». В данном контексте под признанием стоит понимать как раз взаимное доверие акторов[56].

Продолжил теоретические разработки концепции социального капитала Дж. Коулман, рассматривавший его «как потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, который целенаправленно сформирован в виде обязательств и ожиданий, информационных каналов и социальных норм».

В его понимании, социальному капиталу свойственны три взаимосвязанные формы:

1. Обязательства и ожидания, напрямую зависящие от уровня доверия.

2. Нормы, которые сопровождаются эффективно действующими санкциями.

3. Возможность распространения в пределах социальной структуры информации, необходимой для совершения индивидами действий.

Подобная концепция имеется и у другого знакового исследователя, изучавшего данную проблематику, Роберта Патнэма. По его мнению, социальный капитал имеет структуру, состоящую из трех факторов:

1. Социальные нормы

2. Социальные сети

3. Доверие

При этом именно доверие рассматривается Патнэмом как главный элемент социального капитала, который ученый рассматривает как коллективный ресурс. В работе «Боулинг в одиночку» Патнем пишет о том, что, если «доверие и социальные сети хорошо развиты, индивиды, фирмы, районы процветают». То есть доверие и социальные сети находятся в прямой зависимости друг от друга, именно доверие обеспечивает выстраивание конструктивного диалога.

Отдельно следует отметить, что социальные сети в современном обществе тесно связаны с виртуальным пространством Интернет, который становится площадкой для их возникновения и средой для существования.

Иными словами, социальные сети на настоящий момент существуют не только в объективной реальности, но и в пространстве Интернет, и нельзя определенно сказать, в какие из них акторы включены больше. При этом важно отметить, что доверие в социальных сетях в Интернет пространстве может иметь столь же большое значение, как и в сетях реальности. Связано это с тем, что акторы в пространстве Интернет становятся обезличенными, они могут транслировать лишь выборочную информацию о себе, моделируя определенный, выгодный им образ. Однако именно таким обезличенным акторам индивид может доверять роль информантов, помогающих ему сориентироваться в информационной среде. Таким образом, в современном обществе, где границы между объективной и виртуальной реальностью стираются, а их взаимосвязь становится все теснее, связь между социальными сетями и феноменом доверия становится наиболее прочной.

Стоит отметить, что идея трехфакторной модели социального капитала близка и современным российским исследователям. Особое внимание при этом акцентируется на взаимосвязи доверия и социального капитала, что отражается в работах Н. М. Давыдовой, Н. Е. Тихоновой, В.В. Радаева, Т. Ю. Сидориной, П. Н. Шихирева, Л. И. Дискина и др [48].

Важно понимать, что не все исследователи сходятся во мнении, что доверие есть элемент социального капитала. Например, Э. Л. Лессер писал, что «доверие представляет собой отдельное понятие и может быть как источником социального капитала, так и его результатом». По мнению ученого, социальный капитал и доверие сосуществуют, поддерживая и укрепляя друг друга. То есть, даже при отрицании доверия как одной из составляющих социального капитала, Лессер говорит о существовании взаимосвязи этих двух феноменов.

Также нужно сказать и про американского исследователя Фрэнсиса Фукуяму, который в своих работах выдвинул определение социального капитала как «свод неформальных прав и норм, разделяемых членами группы и позволяющих взаимодействовать друг с другом» . Стоит также отметить, что «культурные характеристики доверия определяют «социальный капитал» как меру человеческой способности объединяться за пределами семьи и без помощи государства» . Выходит, что члены некоего сообщества, которые уверены в том, что каждый из них поведет себя ответственно и честно во имя общей цели – доверяют друг другу и, по итогу, могут полагаться на прочность этого сообщества и эффективность взаимодействий в нем. Когда основой взаимного доверия становятся этические ценности, которые разделяются всем сообществом, то вследствие этого утрачивается потребность в создании правовых механизмов для регулирования отношений. Доверие появляется в процессе усвоения индивидом общепризнанных правил, установок, норм поведения и ценностей[41].

Рассмотренные теоретические подходы позволяют говорить о том, что доверие – одна из ключевых категорий в жизни индивида и общества, обеспечивающая его стабильное существование и развитие. Доверие – это средство устойчивости, управления и саморегуляции, поддерживающее целостность всех систем в обществе. Из этого становится очевидным факт, что значимость доверия возрастает в условиях нестабильности социальной системы: кризиса, напряженности, опасности, ситуациях усиленного риска. В таких условиях фактор доверия воспринимается в качестве эффективного средства стабилизации, регуляции и управления.

# 1.2 Профессионально важные качества психолога-консультанта

Перед тем как перейти к профессионально важным качествам психолога-консультанта мы рассмотрели понятие «профессионально важные качества» в универсальном виде, для различных видов профессиональной деятельности. Профессионально важные качества – «это индивидуально - психологические качества и свойства личности, определяющие возможность успешного выполнения профессиональной деятельности» [29]. Они подразделяются на общие, такие как пунктуальность, ответственность, стрессоустойчивость и специальные качества, необходимые именно в рамках рассматриваемой профессии. Профессионально важные качества могут быть устойчивыми, врожденными свойствами характера и личности, которые невозможно или очень трудно развить, изменчивыми под влиянием утомления от длительной или напряженной работы и развиваемыми, приобретаемыми в процессе обучения, тренируемыми. В. Д. Шадриков полагает, что под профессионально важными качествами «могут рассматриваться характеристики нервной системы, особенности психических процессов, личностные качества, направленность, убеждения и знания, а также другие характеристики личности» [21].

Перейдем к профессионально важным качествам психолога- консультанта. Напомним, что личность консультанта является главным инструментом психологической работы [24]. Поэтому от совокупности, выраженности его качеств, а главное от умения самого консультанта использовать их, развивать и поддерживать зависит успех работы, даже в большей степени, чем от теоретических знаний и применяемых методов. С. Глэддинг отмечает, что «консультантам необходимы такие личностные качества, как зрелость, способность к эмпатии и душевность. Они должны быть альтруистами по духу и обладать устойчивостью к неудачам и фрустрации» [13].

Ниже перечислим качества, которые, как считает Дж. Д. Гай [55], способствуют выбору профессии консультанта и плодотворному развитию в ней. Хотя этот список не является исчерпывающим, он содержит те качества человека, которые делают его более или менее способным работать консультантом.

1) Любознательность и пытливость. Люди с такими качествами способны проявлять естественный интерес к другим.

2) Способность выслушивать. Умение использовать слушание в качестве стимулирующего фактора.

3) Легкость в поддержании разговора. Способность получать удовольствие от словесного обмена.

4) Эмпатия и понимание. Умение поставить себя на место другого человека, даже человека противоположного пола или принадлежащего другой культуре.

5) Эмоциональность. Эмоциональные люди свободно проявляют разнообразные чувства, от гнева до радости.

6) Интроспекция. Способность видеть или чувствовать свое внутреннее состояние.

7) Способность к самопожертвованию. Готовность отложить собственные дела, чтобы выслушать другого человека или побеспокоиться в первую очередь о проблемах других людей.

8) Толерантность к близким отношениям. Способность поддерживать эмоциональную близость.

9) Комфорт в отношениях с властью. Способность признавать власть, сохраняя определенную степень независимости.

10) Чувство юмора. Умение воспринимать неоднозначные стороны жизненных событий и видеть смешное в них.

Стоит отдельно отметить некоторые характеристики профессионализма, раскрыть их суть.

Соблюдение конфиденциальности – «обязательство консультанта не распространять сведения о клиенте» [24] способствует доверительным отношениям между ними. Консультант может использовать сведения о клиенте только в профессиональных целях.

Уровень образования – консультанту необходимо иметь образование в области психологии, человеческого развития и консультирования [15]. Трехступенчатая модель подготовки и сертификации психолога - консультанта включает в себя: теоретико-практическое обучение, прохождение личной терапии с заключением консультанта, прохождение супервизии.

Напомним, на западе для ведения психологической практики требуется прохождение сертификации в профессиональной организации и государственная лицензия, которые гарантируют минимальное соответствие специалиста образовательным и профессиональным стандартам. В нашей стране таких требований к консультанту не предусмотрено.

Жизненный опыт и умение делать из него выводы. Консультантам, которым довелось успешно справиться некоторыми жизненными, психологическим трудностями в ряде случаев будет легче понять клиента и помочь в решении его проблем. Способность работать с позиций пережитого эмоционального опыта Р. Мэй характеризует, как умение быть «раненым целителем» [57].

Искренность – одна из основ создания стабильного, рабочего терапевтического альянса. Это значит, что в предоставляемой клиенту информации не должно быть никаких искажений. Для него консультант является психологической опорой и источником помощи в тестировании реальности, поэтому так важно быть честным. Но это не значит, что нужно говорить обо всем, что касается предмета разговора, напротив, на консультанте лежит ответственность говорить только то, что нужно для процесса и результата. Однако, о том, что часть информации умалчивается так же важно сообщить [12]. Сделать это терапевтично – отдельный вид искусства.

Толерантность к неопределенности – умение обращаться с неопределенностью, позволяющее чувствовать себя комфортнее в процессе работы. Качество, необходимое консультанту, так как сама профессия подразумевает частое пребывание в ситуации неопределенности. Чаще всего консультант не может заранее знать, с какой проблемой придет к нему новый клиент или как изменится запрос нынешнего клиента между сессиями. Уверенность в своей интуиции и адекватности чувств, готовность к определенному риску помогают переносить напряжение, создаваемое этой ситуацией [24].

Душевное здоровье [1] – для условно здорового человека характерна психологическая гибкость, умение выходить и входить в различные состояния. Существует прямая зависимость между степенью душевного здоровья консультанта и его эффективностью. Чем более здоровым психологически является консультант, тем выше его эффективность и больше спектр вопросов, с которыми он может успешно работать.

Для поддержания эффективности работы на протяжении длительного времени потребуются определённые качества, например: устойчивость, заинтересованность, гармоничность, целеустремленность, постоянство [15].

Рассмотрим тему мотивов в выборе профессии, которая непосредственно связана с личностными качествами специалиста. Эта тема особенно актуальна для такого направления деятельности, как психологическое консультирование. Справедливо отмечено, что часть людей, «которых привлекает профессия консультанта ... как оказывается, сами имеют серьезные личностные и адаптационные проблемы» [6]. По этой и другим причинам существует вероятность наличия ложных мотивов при выборе данной профессии. Перечислим некоторые из них: личные душевные травмы и попытка их компенсации за счет профессии, желание иметь власть над людьми и управлять ситуацией [24], одиночество и потребность в любви – попытка найти друзей или партнера среди клиентов, подражание тому, кто смог реализоваться в консультировании, чувство жалости по отношению к людям с психологическими проблемами. Материальная составляющая, как таковая, тоже не является благоприятными мотивом [4]. Наиболее удачными мотивами для занятия консультированием являются: добрая воля и искренний интерес к пониманию клиента, к тому, можно как решить его проблемы.

Консультант и процесс консультирования оказывают значительное воздействие на людей, и если оно не окажется благотворным, то, скорее всего, будет вредным [58].

Поэтому, прежде чем начать работу с клиентом психологу необходимо:

1) Установить зону своей ответственности.

2) Оценить уровень энергии – что он может выдержать в эмоциональном плане. Необходимо быть активным на протяжении всей сессии, а также в работе с несколькими клиентами подряд.

3) Гибкость своего восприятия, умение настроиться на особенности клиента.

4) Оценить уровень имеющихся знаний – интеллектуальную компетентность, желание и умение учиться, сообразительность, наличие творческого мышления.

5) Способности к поддержке: эмоциональной и физической.

6) Установить наличие доброй воли. Желание работать в интересах клиента.

7) Быть уверенным в себе. Знать себя, свои установки, ценности, чувства. Уметь распознавать и понимать, какие факторы влияют на них.

Дж. Уиггинс и Д. Уэсландер [2] провели исследование значимых качеств психолога-консультанта. Они оценили характеристики работы 320 практикующих консультантов из четырех штатов США. В итоге были получены очень интересные результаты. Консультанты, которые оценивались как «высокоэффективные» получили наивысшие баллы по социальной (общительность, ориентация на работу с людьми) и артистическим (креативность, имажинитивность) шкалам «Опросника профессиональных предпочтений» Дж. Л. Голланда [5]. Те консультанты, которые оценивались как «малоэффективные» получили больше баллов по шкалам реалистичности (конкретность, формализм) и конвенциональности (организованность, практичность). Другие факторы, какие как возраст, пол, уровень образования, другие социальные характеристики не дали статистически значимой связи с эффективностью работы психолога - консультанта.

На основе совокупности профессионально важных качеств составляются профессиональные стандарты – особые документы, характеризующие квалификацию человека, необходимую для выполнения того или иного рода профессиональной деятельности. Так же профессиональные стандарты включают список задач, выполняемых специалистом. Возможно, такие стандарты появятся в России и для профессии психолог-консультант.

Качества являются главными характеристиками личности человека. В свою очередь, личность консультанта играет важнейшую роль в процессе консультирования.

# 1.3 Специфические особенности профессиональной деятельности консультирующего психолога

Профессия психолог приобрела массовый характер, увеличилось число заведений, готовящих психологов. В связи с этим, многие психологи, после выпуска из университета не всегда оказываются востребованы, и не всегда соответствуют требованиям работодателя. После того, как профессия психолог стала массовой, и в нее может пойти любой человек с своеобразными взглядами на мир. Профессия психолог становиться родственной другим профессиям, таким как: педагогика, менеджмент и т.п. то можно считать, что после психологической переподготовки, любой представитель родственной профессии, может быть вполне успешным психологом и выполнят его функции не хуже человека, обучавшегося целенаправленно на данную профессию.

Так как в наше время возрастает интенсивность процессов во всех сферах жизни человека, человек живет в условиях постоянного психоэмоционального напряжения, повсеместно распространяются проблемы психологического характера у представителей всех слое населения страны. Данная проблематика приводит к осознанной необходимости квалифицированных психологов, в поддержке психологического здоровья населения. Для достаточно быстро развивающихся служб практической психологии, формируются социальные заказы на подготовку психологов профессионалов[26].

У нынешних выпускников университета сокращен вплоть до минимального либо в целом отсутствует период адаптации и вхождения в профессию. Строгие требования к ним предъявляются уже в стадии устройства на работу, что приводит к появлению у нынешних выпускников глубоких внутриличностных конфликтов. В следствии, несмотря на стабильность сформированных в период обучения в институте ориентаций, в выбранную профессию, юные психологи со стажем деятельность вплоть до трех лет, как правило, никак не удовлетворены содержанием профессиональной деятельности, поясняя собственную неудовлетворëнность ограниченными возможностями работы согласно профессии и неимением у нанимателей установок на проявление интереса к юным специалистам. Многочисленные выпускники переживают стресс дезадаптации в обстоятельствах профессиональной невостребованности. [27]

Недостаток профессиональных возможностей, сложность нахождения в деятельность согласно профессии, обеспечивающей достойное существование, понимание еë как неконкурентоспособной, выступают в свойстве внешних демотиваторов, снижающих заинтересованность к изучению выбранной профессии.

В связи с этим, у учащихся вузов должна быть сформирована стремление к переходу в новый этап профессионального самоопределения, на этап адаптации к конкретной профессиональной деятельности, что содержит в себе адекватное понимание о профессиональной карьере. [14]

Приведем ряд характеристик, которыми должен обладать специалист психолог. Профессиональное сознание, психолога акцентирует внимание на поведение людей, их образ жизни, а также способность людей приспособиться к окружающей их действительности. В качестве образующего звена психолога как профессионала входит, проявляющаяся наблюдательность к проявлению чувств, интеллектуальные способности человека, его поведение, способность принятия человека и его изучение, а не приписывание собственного опыта. Профессия в достаточной мере влияет на человека, так Бодалев. А.А из своих наблюдений установил: «при длительном занятии тем или иным видом деятельности тенденция отражать других людей с определенной точки зрения может стать у человека устойчивой, превратиться в профессиональную привычку», которая «наиболее ярко проявляется у всех тех, в чьей повседневной работе другой человек оказывается главной фигурой. [38].

Профессиональная работа психолога способен характеризоваться рядом отличительных черт: в процессе теоретической работы, психолог встречается с индивидуальными реалиями других людей. В качестве объекта академического познания, психолог использует взаимодействие. Многообразие в выборе психологической школы и техник, создает в профессионале подобные свойства как: составление плана собственной деятельности, автономность, непрерывный профессиональный рост и критичность мышления. С полной уверенностью можно отметить, то что данные характеристики психолога устанавливают его профессию как профессию с индивидуальной тенденцией. Особенным критерием результативной работа специалиста по психологии, считается созидательное в использование методов и раскладов, способность мысленно объединять убеждения и тенденции. Креативность считается показательной особенностью ещë потому, что любой человек, обратившийся с задачей индивидуален, считается неповторимой личностью, и обладает неподражаемые взоры на мир и смысловые значимости. [30]

В профессиональной деятельности психолога меняется не вся его личность, а только лишь те концепции, которые в собственной совокупности могут помочь психологу в разрешение определенных профессиональных задачах. из числа отличительных черт акцентируют подобные характерные черты как: внимательность, креативный склад ума, умение к глубочайшей аналитике, отчетливая речь, сформированная проницательность и соблюдение нравственных общепризнанных мер поведения). Таким образом психолог экспериментатор обязан владеть сдержанностью, равнодушием и рассудительностью. Психолог практик обязан владеть подобными свойствами как: умение к установлению контактов, умение пробуждать доверие, вероятность быстро и гибко отвечать в конкретных ситуациях, способность выслушивать, умение к принятию внутреннего мира человека, эмоциональная устойчивость, умение к рефлексии, умение к сопереживанию. [16]

Л. В. Темнова, исследуя личностное-профессиональное развитие психолога, выдвинула следующие критерии и показатели личностно - профессионального развития психолога:

- направленность личности психолога на профессиональную деятельность. Этот критерий отображает систему безупречно-ценностных ориентаций личности учащегося, его аксиологических ценностей, комплекс преобладающих мотивов осознанного выбора специальности и овладения ею.

- Мера осознания социальной важности и гуманистической сущности специальности психолога. Данный аспект выражает в себе гражданскую и профессиональную позицию психолога, представление зоны и роли его специальности в обеспечивании общественного прогресса и наращивании внутреннего богатства любого члена сообщества.

- Мера осознания само значения человеческой личности. Под данным аспектом подразумевается уровень признания личности человека как одного из ценностей общественного существования, почтения прав человека в беспрепятственное формирование всех его сущностных сил, возможностей, дарований, свободу самовыражения и самоосуществления;

- степень осознания специальности как метода творческой самореализации личности психолога. Этот аспект означает культуру актуального самоопределения учащегося в области выбранной специальности;

- степень высококлассной компетентности, представляющей собою целостность когнитивного и регулятивного компонентов. [27]

Проанализировав литературу можно выделить следующую совокупность факторов, в существенной мере определяющих результаты профессиональной деятельности психолога: социальные способности (способности когнитивно - эмоциональной сферы), личностные особенности, представление о профессиональной сфере (мотив входа в профессию, осознание задач и особенностей профессиональной деятельности). [15]

Особенность специальности психолога заключается в том, что инструментом его работы считается его личность. В соответствии с этим профессиональный рост возможен только лишь в случае индивидуального роста психолога. Способ интроспекции, исследование собственной работы, способствуют саморазвитию и совершенствованию профессиональных умений. При формировании профессиональных качеств, совершаются внутренние и наружные индивидуальные изменения. Основным условием формирования психолога как специалиста, считается осознание им необходимости преобразования собственного внутреннего мира и поиске путей самореализации в период обучения и практики. Психолог в период собственного обучения и практики меняет собственные индивидуальные качества, что говорит о сформированности целевых ориентаций в профессиональном пространстве, так и в жизни в целом. [27]

Профессия психолог по своей сути умеет направленность «человек- человек». Человек данного рода профессии в своем пути по профессиональной лестнице встречает большое количество разносторонних и разнокачественных людей, и их сложные взаимоотношения. В своей работе, психолог профессионал удерживает в своей голове именно те ценности, которые помогут ему в будущем дать характеристику поведению людей, их уму, образу жизни, а также понять и упорядочит сложный жизненный путь человека в обществе. Внешне же психолог проявляется в поведенческой работе, в своих поступках и речи. Внутренне же проявляется в мыслях, духовном аспекте, внимании, морально этическими соображениями, самоконтроле.

Важными умениями, которыми должен обладать психолог, является умения слушать, понимать, слышать и принимать внутренний мир человека, не зависимо от того каким он является, без лишних приписываний. Так же психолог должен иметь широкий диапазон знаний в области гуманитарных наук, имея способность к постоянному его увеличению, так же к всему прочему сюда относиться и способность к интроспекции, способность к рефлексии внутреннего опыта.

Важным элементом профессиональной деятельности психолога, является «душевная направленность ума», наблюдательность в области внешних психических процессах, умение принять внутренний мир другого человека и смоделировать его, не приписывая к нему свой собственный мир. Важен позитивный подход к своей работе, понимание того, что любой человек может и способен измениться к лучшему. Личность же психолога имеет потребность к постоянному приобретению социального опыта, что говорит о восприятии человека как объекта профессиональной деятельности. Но не стоит забывать о том, что данный интерес не должен выходить за рамки профессиональной этики и не может удовлетворять личные потребности, одной из которых может являться подтверждение своей собственной личностной значимости.

Профессиональная деятельность психолога имеет гуманистический характер, что свидетельствует о гуманистическом подходе к личности. Психолог должен импонировать человеку, иметь желание помочь, готовность к принятию и пониманию любой личности, должен стремиться быть полезным другому и нести только добрый посыл в отношении к человеку.

В связи с выше перечисленными характеристиками, предпосылкой профессиональной деятельности является способность к сопереживанию и со радости, профессионал должен не только уметь сопереживать, но и радоваться положительным моментам в жизни клиента. Эмоциональный склад ума психолога, должен позволять ему переживать те эмоции и события, являющиеся для него совершено новыми, тем самым передавая слушателю свое отношение как к проблеме, так и к ним в целом. Важным для профессионала качеством так же является наблюдательность по отношению к поведению и душевной составляющей человека, готовность прийти на помощь в нужную минуту, отзывчивость и порядочность смой личности психолога[17].

Профессия предусматривает творческий взгляд, так как процессе работы, появляется необходимость в моделировании разных вариаций действия человека в определенных ситуациях, возможность составить поле гипотез и в связи с этим выявить терапевтические задачи на основе которых и будет строиться работа с клиентом. От специалиста требуется постоянное развитие профессиональных навыков, знаний, информированность о новых тенденциях в профессиональной области, и изменчивого процесса социального движения. Психолог должен обладать высоким уровнем информированности, должен иметь выдержку и достаточную организацию. Как не странно в данной профессиональной области особый вес имеют личностные характеристики. Существуют и качества, препятствующие становлению психологом профессионалом, такие как: неясность или дефекты речи, замкнутость в себе, необщительность, нейтральное отношение к людям, в крайнем случае равнодушие, корыстные побуждения в процессе работы с человеком. [46]

Личностные характеристики играют не последнюю роль в становлении профессионалом в данной области, инструментальные качества, даже оточенные годами до автоматизма, не могут быть по-настоящему результативны без совокупности с личностными характеристиками. К успеху можно будет прийти только при сформированной мотивации и профессиональной направленности личности в области психологии. Это можно объяснить тем, что мотивационный аспект, представляет собой целый комплекс взаимосвязанных понятий, таких как мотив, цель, побуждения, смысл, направления и осмысление. Так же, данные компоненты в своей совокупности создают мотивационную сферу личности. Ее сущность дает стремление к профессиональной самореализации. [27]

Различаются три формы становления психолога как специалиста: индивидуальная, личностная и индивидуально личностная (А.Р Фонарев). Индивидуальная заключается в стремлении сохранения личностных форм деятельности, то личностная форма на против выражается в стремлении к поиску новых смыслов, промежуточная форма же оказывается неуверенность человека в своих возможностях и не принятие системы ценностей вообще.

Гуманистическая направленность психолога, позволяет принимать и понимать другого человека как ценность. Следовательно, предпосылкой деятельности психолога является способность к эмпатии к другому человеку, умению сорадоваться.

В словаре А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского психологическое консультирование определяется как один из видов оказания психологической помощи «в ситуациях преодоления различного рода психологических затруднений». Американская Ассоциация Консультирования определяет консультирование как применение принципов психической гигиены, психологии, развития человека в ходе когнитивных, аффективных, бихевиоральных или системных воздействий или стратегий, которые направлены на достижение психологического комфорта, личностный рост, развитие карьеры, а также на лечение патологии [10].

Специалист, оказывающий консультативную помощь, называется консультантом. Человек, являющийся получателем помощи – является клиентом. Сторона, выступающая инициатором консультации, оплачивающая деятельность консультанта и оценивающая его работу — заказчик. Если клиент и заказчик — одно лицо, психологическое консультирование осуществляется в формате двусторонних отношений, на основе консультационного контракта. Если клиент и заказчик – разные лица (например – родитель привел на консультацию ребенка), их интересы и цели могут не совпадать, и консультация проводится в формате трехсторонних отношений после согласования интересов сторон, поскольку ее цель – помощь клиенту, а не заказчику, который может иметь скрытые или явные интересы, отличающиеся от интересов клиента.

Цель психологического консультирования — помочь клиенту в решении его проблемы. Осознать и изменить малоэффективные модели поведения, для того, чтобы принимать важные решения, разрешать возникающие проблемы, достигать поставленных целей, жить в гармонии с собой и окружающим миром [36].

Психолог помогает человеку найти свои внутренние ресурсы, осознать ранее подавленные переживания и стереотипы поведения. На психологической консультации люди понимают причины своих трудностей и учатся с ними справляться.

Существует несколько видов психологического консультирования:

- Интимно-личностное консультирование. Предполагается работа с внутренними проблемами и состояниями клиента (поиск смысла жизни, повышенная тревожность, сложности во взаимодействии с людьми и т.д.).

- Семейное консультирование. Сюда относится не только непосредственная работа с парами, но и консультирование в добрачный период, а также в период развода. Кроме того, сюда же относят консультирование по вопросам детско-родительских отношений, а также взаимоотношений с родителями и родственниками мужа / жены.

- Профессиональное консультирование — это психологическая консультация по вопросам выбора профессии (профориентация).

- Организационное (производственное) консультирование направлено на решение вопросов взаимодействия в коллективе, эффективного управления, мотивации персонала и т.д.

Психолог-консультант в своей работе придерживается своеобразного «этического кодекса», соблюдение которого позволяет создать максимально безопасную атмосферу для продуктивной работы с клиентом. Ниже перечислены основные положения «Этического кодекса психолога».

- Конфиденциальность.

- Безоценочное и доброжелательное отношение к клиенту.

- Ориентация психолога на нормы и ценности клиента, а не на социально принятые нормы и правила, что может позволить клиенту быть искренним и открытым.

- Отсутствие советов и готовых решений.

- Разграничение личных и профессиональных отношений.

Психологическое консультирование отличается от психотерапии следующими особенностями:

- Консультирование ориентировано на клинически здоровых клиентов. Это люди, имеющие в повседневной жизни психологические трудности и проблемы, а также люди, чувствующие себя хорошо, но ставящие перед собой цель дальнейшего развития личности [19].

- Консультирование ориентировано на здоровые стороны личности. Эта ориентация основана на вере, что человек может изменяться, выбирать удовлетворяющую его жизнь, находить способы использования своих задатков, даже если они невелики из-за неадекватных установок и чувств, замедленного созревания, культурной депривации, недостатка финансов, болезни, инвалидности, преклонного возраста.

- Консультирование чаще ориентируется на настоящее и будущее клиента.

- Консультирование ориентируется на межличностные проблемы.

- В консультировании акцентируется ценностное участие консультанта, хотя отклоняется навязывание ценностей клиенту.

- Консультирование направлено на изменение поведения и развитие личности клиента.

- Консультирование обычно ориентируется на краткосрочную помощь (до 20 встреч).

Психолог-консультант должен уметь:

- определить эмоциональное состояние клиента по выразительным характеристикам поведения;

- установить эмоциональный контакт с клиентом и разговорить его;

- сочувственно слушать и интуитивно понимать клиента;

- замечать малозаметные проявления внутренней жизни клиента;

- контролировать собственные эмоциональные проявления;

- доходчиво, аргументировано и лаконично высказывать свои мысли [18].

Ю. Алешина предложила модель консультативной беседы, включающей четыре этапа:

1) знакомство с клиентом и начало беседы (5–10 минут);

2) расспрос клиента, формулирование и проверка консультативных гипотез (25–35 минут);

3) психокоррекционное воздействие (10–15 минут);

4) завершение беседы (5–10 минут).

Наибольшее распространение получила 5-шаговая модель консультирования

1) Установление контакта

2) Сбор информации и осознание желаемого результата

3) Выработка решений

4) Обобщение результатов взаимодействия с клиентом

5) Выход из контакта

Г. В. Старшенбаум считает, что для успешности консультанта он должен иметь следующие качества:

- Хорошая наблюдательность

- Эмпатия

- Уверенный консультант не сомневается в своих личных правах. К ним относятся: право на одиночество, независимость, успех, на выслушивание человека и принятие его всерьез, на получение того, что заработано (оплачено), на отказ выполнить просьбу без чувства вины и эгоизма, право самому обращаться с любыми просьбами, а также право делать ошибки и самому отвечать за них [26].

- Открытость

- Самораскрытие

В современном мире интернет-технологий дистанционное психологическое консультирование становится новым направлением в консультативной психологии. Порой, такой вид психологической помощи является единственно возможным для клиента.

Основными преимуществами дистанционного консультирования можно назвать анонимность и конфеденциальность, возможность получить психологические услуги в любое удобное время и в любом месте, где есть доступ к сети Интернет.

Многие сферы услуг нуждаются в продвижении в информационных каналах, в том числе консультирующая психология. В психологии, личность психолога является ключевым фактором. Поэтому, для психолога особенно актуально является понятие личного бренда. Как отмечают эксперты, все чаще, клиент, выбирающий услугу, ориентируется на популярность, известность, раскрученность личного бренда психолога.

Таким образом, можно говорить о том, что личный бренд психолога – это инструмент продаж собственных знаний, умений и опыта психолога, позволяющий доходчиво доносить до целевой аудитории конкурентные преимущества, особенности профессионального подхода, личностные качества специалиста [25].

Проведенный анализ теоретических источников по проблеме исследования показал нам, что содержание межличностного восприятия зависит от характеристик как субъекта, так и объекта восприятия, а мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия зависит от двух показателей: от степени уникальности или типичности и от степени его социальной «желательности» или «нежелательности». Также, мы выяснили то, что каузальная атрибуция является довольно сложным механизмом, изучение которого требует учета множества факторов. Сейчас атрибуция изучается не только как приписывание мотивов того или иного поведения человека, но и как приписывание черт, личностных характеристик, способностей другому человеку, группе людей, себе или какому-либо иному объекту, поведение которого мы наблюдаем. При изучении личного бренда как категория анализа в современных исследованиях мы выяснили, что наличие правильно простроенного личного бренда позволяет обозначить свое место в насыщенном информационном пространстве. Именно поэтому, такой категории специалистов как психологи необходимо грамотно последовательно выстраивать личный бренд, позволяющий доходчиво доносить до целевой аудитории конкурентные преимущества, особенности профессионального подхода, личностные качества и т.д. В том числе успешное развитие личного бренда возможно через площадки социальных сетей.

# Глава 2 Эмпирическое исследование доверия к психологам пользователями социальных сетей

# 2.1 Программа исследования доверия к психологам пользователями социальных сетей и обоснование методов

Наше исследование позволит выявить характеристики, которые пользователи социальных сетей приписывают психологам, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, что позволит психологам грамотно и эффективно развивать свою работу.

**Объект исследования** – восприятие образа психолога.

**Предмет исследования** – образ психолога в современном обществе.

**Цель** – анализ специфики восприятия психолога через характеристики, приписываемые пользователями социальных сетей.

Для достижения поставленной **цели** требуется решение следующих задач:

1. Рассмотреть теоретические подходы к межличностному восприятию;

2. Изучить феномен межличностного восприятия;

3. Изучить специфические особенности профессиональной деятельности консультирующего психолога;

4. Разработать программу эмпирического исследования;

5. Обработать результаты с помощью методов математической статистики и проанализировать результаты исследования;

 6. Разработать программу тренинга как практическое применение результатов исследования восприятия психолога в современном обществе.

**Методы исследования:**

*Теоретико-познавательные методы*: методы анализа и синтеза, описания и интерпретации.

*Эмпирико-познавательные методы:*

1. Анкетирование - это процедура проведения опроса в письменной форме с помощью заранее подготовленных бланков.

Нами были составлены 3 однотипных анкеты, состоящие из 22 вопросов (приложение А). Данная анкета была использоваться с целью формирования выборки исследования, выявления уровня толерантности к позиционированию личного бренда психолога в социальных сетях, формирование представлений о личном бренде психолога.

Анкеты были составлены в Google форме и отправлены респондентами для прохождения.

2. Субъективное шкалирование — метод субъективной количественной оценки (измерения) свойств разнообразных объектов (физических, эстетических, социальных, психических и др.).

В нашем случае шкала выбрана десятибалльная (от 1 до 10), а субъективное шкалирование используется для выделения содержания социальных представлений о личном бренде психолога.

Нами был проведен экспертный опрос на выявление дескрипторов для оценки образа психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях. Так, им предлагалось написать личностные и профессиональные характеристики консультирующего психолога и профессионального профиля психолога в социальной сети. На основе полученных характеристик нами были составлены дескрипторы субъективного шкалирования.

Дескрипторы отбирались для дальнейшего исследования только в том случае, если встречались в ответах экспертов в 50% случаев. Так, эти оценки стали характеристиками психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях по ряду биполярных дескрипторов.

Таким образом, в результате экспертного опроса нами было получено 30 биполярных шкал, по которым в дальнейшем оценивался образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях.

Это такие характеристики как:

1) Серьезный - Беззаботный

2) Сознательный - Безответственный

3) Смелый - Робкий

4) Жесткий - Мягкий

5) Независимый - Зависимый

6) Вызывает доверие – Подозрительный

7) Мечтательный - Практичный

8) Творческий - Консервативный

9) Сознательный - Стихийный

10) Недисциплинированный – Дисциплинированный

11) Расслабленный - Напряженный

12) Адекватный - Неадекватный

13) Неуверенный в себе – Уверенный в себе

14) Совестливый - Аморальный

15) Улыбчивый - Хмурый

16) Завистливый - Великодушный

17) Яркий - Посредственный

18) Замкнутый - Открытый

19) Внимательный - Отстраненный

20) Компетентный-Некомпетентный

21) Полезный - Бесполезный

22) Конкретный - Абстрактный

23) Удовлетворенный профессией – Неудовлетворенный профессией

24) Толерантный - Нетолерантный

25) Импульсивный - Вдумчивый

26) Доверительный – Сомнительный

27) Успешный – Неуспешный

28) Хитрый – Честный

29) Опирается на научные знания – Опирается на житейский опыт

30) Богатый – Бедный

Данные методики была предложена 3 группам респондентов: Психологам, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях; Психологам, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях; потенциальным клиентам – пользователям социальных сетей. Время для заполнения анкеты не ограничивалось.

3. Авторская анкета «Выбор психолога».

Прежде всего, нам потребовалось определить категории контент-анализа, относящиеся к личной и к профессиональной информации в самопрезентациях.

К профессиональной информации мы отнесли такие параметры, как:

– образование (отсканированный диплом о высшем образовании в области психологии или психотерапии либо словесное упоминание о нём);

– повышение квалификации (отсканированные дипломы, сертификаты или словесное упоминание о них);

– профессиональное развитие (супервизия и/или личная терапия);

– опыт работы в сфере психотерапии и консультирования;

– профессиональная самоидентификация;

– направления, подходы и методы работы;

– проблемы и запросы, которые консультант готов решать вместе с клиентом;

– научные публикации (список или ссылки на них).

К личной информации относятся следующие параметры:

– пол;

– возраст;

– семейное положение (женат/замужем, в отношениях);

– дети;

– ЛГБТ-френдли;

– стиль текста: преимущественно формально-деловой, либо преимущественно неформальный;

– ориентация (акцент внимания) преимущественно на себя, либо преимущественно на клиента и/или совместную работу;

– хобби и увлечения;

– ценности и принципы;

– цитаты известных психологов.

– описание метода и/или процесса терапии или консультации (“В ходе сессии я задаю Вам вопросы...”);

– фото, анализируется по двум параметрам: формально-деловое/неформальное, только лицо/лицо и тело;

– видеоконтент (например, видеоприветствие).

 – научно-популярные статьи и заметки на сайте.

К дополнительной информации относятся следующие параметры:

– формат работы (очная встреча, видео-консультация, аудио-консультация, текстовая консультация, групповая терапия);

 – наличие отзывов клиентов;

– тип Интернет-ресурса, на котором размещена информация (персональный сайт, личная группа или страница в соцсети «В Контакте», открытая платформа b17).

В результате анализа 156 самопрезентаций были выделены пять узнаваемых и несводимых друг к другу обобщённых стилей самопрезентации в зависимости от того, на какие параметры делаются наибольший акцент:

1. «Эзотерик» (эзотерические практики и личнуа информацию);

2. «Лаконичный» (акцент на подходы, проблемы и образование);

3. «Коллекционер дипломов и почетных званий» (образование, профессиональные и личные достижения);

4. «Заботливый» (забота о клиенте);

5. «Самоуверенный» (рекламные слоганы, коучинг, личные достижения).

Далее путём компиляции из реальных текстов самопрезентаций были составлены пять текстов, которые бы отражали особенности каждого из пяти стилей в наибольшей мере, на основе которых была создана авторская анкета «Выбор психолога», где респондентам предлагалось выбрать одного или нескольких подходящих для них психологов. Также анкета включает в себя вопросы о предпочитаемом возрасте, поле консультанта (ровесник, старше, младше, своего или другого пола), а также вопросы о поле, возрасте и профессии респондента. В развернутом комментарии респонденты аргументировали свой выбор психолога.

**Методы статистической обработки данных**:

При использовании IBM SPSS Statistics Base Campus Edition (Лицензионный договор с ЗАО «Прогностические решения» №20170615-1 от 07.09.2017): Н-критерий Крускала-Уоллеса, U-критерий Манна-Уитни, факторный анализ.

**Описание выборки:**

**Выборка №1.**

Для проведение исследования было отобрано 156 анкет практикующих психологов различных направлений, 78 мужчин и 78 женщин, средний возраст 43.15 лет. Анкеты были размещены в сети интернет на сайте B17.ru, в социальной сети «Вконтакте» и на персональных сайтах психологов. Все анкеты привлеченные для исследования, относились к психологам, получившим профильное образование.

**Выборка №2**

 В исследовании приняли участие 105 респондентов в возрасте от 18-ти до 60-ти лет, средний возраст — 28,9 лет, все они являются пользователями социальной сети «В Контакте». 14 из них имеют психологическое образование, 91 — не имеют.

.

# 2.2 Результаты исследования уровня доверия к психологам пользователями социальных сетей

Свое исследование мы начали с изучения самопрезенитации психологов в социальных сетях.

Для исследования особенностей самопрезентации психологов в сети Интернет мы выбрали метод контент-анализа. Анализировались резюме, размещённые психологами и психотерапевтами на их личных сайтах, страницах и группах социальной сети “В Контакте”, а также на сайте b17.ru. Всю анализируемую информацию мы поделили на три типа: личная, профессиональная и дополнительная. Учитывалось только наличие/отсутствие той или иной информации, за исключением пола и возраста, возраст, соответственно, указан в цифрах, если о нём есть упоминание.

Всего было проанализировано 156 резюме психологов, из них 78 женщин и 78 мужчин.

К профессиональной информации мы отнесли такие параметры, как:

– образование (отсканированный диплом о высшем образовании в области психологии или психотерапии либо словесное упоминание о нём);

– повышение квалификации (отсканированные дипломы, сертификаты или словесное упоминание о них);

– профессиональное развитие (супервизия и/или личная терапия);

– опыт работы в сфере психотерапии и консультирования;

– профессиональная самоидентификация (то, как человек называет себя в контексте профессиональной деятельности). Анализ имеющейся информации позволил нам выделить три вида профессиональной самоидентификации: идентификация согласно подходам и направлениям (например, гештальт-терапевт, семейный психолог), идентификация в соответствии с полученным образованием, видом деятельности или даже с форматом оказания услуг (психолог-консультант, врач-психотерапевт, онлайн-консультант), в отдельный вид мы выделили идентификацию коуч/тренер. В обыденном сознании не существует ясной дифференциации между такими понятиями, как “психолог”, “психотерапевт”, “психоаналитик” и “психиатр”. Большинство людей знают, что эти названия не тождественны друг другу, но зачастую не знают, в каком случае к какому специалисту обращаться. Многие слышали, что “психотерапевт может выписывать таблетки”, поэтому при выборе специалиста обращают внимание на то, как он называет себя;

– направления, подходы и методы: коучинг, тренинг, гештальт-терапия, когнитивно - поведенческое направление (когнитивная психотерапия, поведенческая психотерапия, КПТ, РЭТ Эллиса) позитивная психотерапия, психоаналитическое направление (классический психоанализ, психоанализ Лакана, транзактный анализ, индивидуальная психология Адлера, психоаналитическая терапия), юнгианский анализ, телесно-ориентированная и танцевально-двигательная терапия, экзистенциальное направление (экзистенциальная терапия, экзистенциальный анализ, логотерапия), личностно-центрированная терапия Роджерса, проективные методы (арт-терапия, песочная терапия, сказкотерапия, метафорические карты), системная семейная терапия, НЛП, интегративный подход, нетрадиционные методы (редко встречающиеся и/или не имеющие достаточного научного обоснования и не получившие широкого признания в профессиональном научном сообществе), например, системные расстановки, психосинтез, танатотерапия, трансперсональная терапия и т.д.;

– проблемы и запросы, которые консультант готов решать вместе с клиентом: мы разделили их на внутриличностные (неуверенность в себе, депрессия, низкая самооценка и т.д), межличностные (трудности в общении и построении отношений с другими), семейные (отношения внутри семьи, в частности, детско-родительские), психосоматические (лишний вес, дисморфофобия, анорексия и т.д.);

– научные публикации (список или ссылки на них).

К личной информации относятся следующие параметры:

– пол;

– возраст;

– семейное положение (женат/замужем, в отношениях);

– дети;

– ЛГБТ-френдли. Пожалуй, каждый профессиональный психолог по умолчанию ЛГБТ-френдли в том смысле, что без предубеждения относится к клиентам независимо от их сексуальной ориентации и гендерной идентичности, и с этой точки зрения этот параметр можно было бы отнести к профессиональным характеристикам психолога, но для нас имеет значение не то, есть ли у него предубеждения, а то, что он посчитал важным написать об этом, к тому же “ЛГБТ-френдли” может означать не только лояльность к представителям сексуальных меньшинств, но и знание специфики проблем нетрадиционных гендерных отношений и идентичности, что немаловажно для некоторых потенциальных клиентов);

– стиль текста: преимущественно формально-деловой, либо преимущественно неформальный. Для формально-делового характерны эмоциональная сдержанность, безоценочность, отсутствие жаргонных и сленговых слов, научная терминология. Для неформального стиля характерны эмоциональная окраска, восклицательные знаки, риторические вопросы, слова и фразы в верхнем регистре, метафоры, сленговые и жаргонные слова, рекламные призывы (“Не ждите, пока отношения испортятся, позвоните мне!”).

– ориентация (акцент внимания) преимущественно на себя, либо преимущественно на клиента и/или совместную работу. Маркеры ориентации на себя – местоимения “я”, “мне”, особенно если предложения начинаются с этих слов, рассказы о своём прошлом, о своём пути в психологии, о своих достижениях, хобби, семье и т.д. Маркерами ориентации на другого и на совместную работу являются местоимения “Вы”, “Вас”, а также “мы” в значении “я и Вы”, “мы”, “нас”, в значении “Вы” или “все люди” (“Иногда мы сталкиваемся с проблемами, которые не можем решить самостоятельно”);

– хобби и увлечения;

– ценности и принципы. На декларирование ценностей и принципов указывают такие фразы, как “Я люблю...”, “Я верю...”, “Я знаю..”, “Я считаю”, “Мне нравится..”, “Я убежден(а)...”, “Моё кредо...”, “Мой главный принцип..”, “Моя миссия...”;

– цитаты известных психологов. Это непрямое выражение ценностей, принципов и аспектов мировоззрения;

– личностные качества. Имеется в виду прямая характеристика себя через прилагательные “добрый”, “заботливый”, “внимательный” и т.д. (“Ищете доброго и принимающего психолога? Вы нашли его”);

– описание метода и/или процесса терапии или консультации (“В ходе сессии я задаю Вам вопросы...”);

– фото, анализируется по двум параметрам: формально-деловое/неформальное, только лицо/лицо и тело. Формально-деловым, или официально-деловым, считается фото “как на паспорт”, где человек смотрит прямо в камеру со спокойным выражением лица, не выражающим эмоций. Если человек сфотографирован в полный рост, но в рабочей обстановке (например, в кабинете и в белом халате или деловом костюме), то это тоже деловой стиль. К неформальным фото относятся все, где человек артистически позирует, занимает расслабленную позу, выражает эмоции, снят с нестандартного ракурса, например, со спины с поворотом головы к камере, фото на фоне природы или в другой неофициальной обстановке;

– видеоконтент (например, видеоприветствие). Видеоконтент с участием психолога позволяет потенциальному клиенту получить много информации о мимике, жестикуляции, тембре голоса, скорости речи, что помогает предположить, будет ли ему комфортно общаться с этим человеком, и принять взвешенное решение о выборе;

– научно-популярные статьи и заметки на сайте. Мы не разделяли авторские статьи и статьи, скопированные из других источников, так как и оригинальная статья, и репост чужого текста, являются способом выражением личностной позиции и точки зрения человека, разместившего статью.

К дополнительной информации относятся следующие параметры:

– формат работы (очная встреча, видео-консультация, аудио-консультация, текстовая консультация, групповая терапия);

 – наличие отзывов клиентов;

– тип Интернет-ресурса, на котором размещена информация (персональный сайт, личная группа или страница в соцсети «В Контакте», открытая платформа b17).

Проанализировав полученные данные, мы получили следующую картину частоты представленности каждого из параметров в цифровой самопрезентации психологов-консультантов.

По профессиональной информации:

100% психологов сообщают о своём образовании и указывают свою профессиональную идентификацию (гештальт-терапевт, психолог-консультант, коуч и т.д) и терапевтические подходы и направления, в которых работают (из них 24% практикуют коучинг), 99% указывают данные о повышении квалификации.

51% идентифицируют себя с подходом, в котором работают; 76% — с полученным образованием, видом деятельности или форматом работы (например, медицинский психолог, психотерапевт, психолог-консультант, онлайн-консультант), 9% определяют себя как коучей или тренеров. Как правило, один и тот же специалист указывает более одного вида самоидентификации.

95% консультантов перечисляют проблемы и запросы, с которыми они готовы работать; 92% работают с внутриличностными проблемами; 79% готовы обсуждать межличностные проблемы; 63% готовы работать с психосоматическими проблемами и столько же специализируются на семейных отношениях.

43% указывают свой профессиональный опыт (количество лет частной психологической практики), и лишь 22% сообщают о своем профессиональном развитии (прохождение личной терапии и/или супервизии, в прошлом или в настоящем).

Что касается подходов или методов используемых психологами, представленных в их презентациях, то из них, чаще всего (44%) указывается методы и направления когнитивно-поведенческой парадигмы; 38% работают в психодинамическом подходе и столько же используют нетрадиционные, экзотические и в какой-то степени эзотерические подходы и техники, то есть не имеющие достаточного научного обоснования и не признанные в научном сообществе, а также новые авторские методы и просто редко встречающиеся. Сюда относятся трансперсональная терапия, танатотерапия, гипнотерапия, генеративный гипноз, психосинтез, психокатализ, духовно-ориентированная терапия, биоэнергетика, медитативное рисование, психодрама, символдрама, социальная панорама, системные расстановки по Хеллингеру, эмоционально-образная терапия, трансформационные игры (например, Лила Чакра), провокативная терапия, терапия нарушений привязанности, эмоционально-фокусированная терапия, интегральное нейропрограммирование, чистый язык и символическое моделирование, аспектика. Также иногда встречаются женские энергетические практики, космоэнергетика, восточная психология и философия, хатха-йога, У-Син, рейки и даже тантра.

35% используют проективные методы (арт-терапия, песочная терапия, сказкотерапия, метафорические ассоциативные карты); 32% выбирают экзистенциальное направление (логотерапия, экзистенциальная терапия, экзистенциальный анализ); 31% практикуют системную семейную терапию; 30% работают в гештальт-подходе; 24% являются приверженцами позитивной психотерапии и столько же — сторонниками гуманистического подхода; 19% выбирают телесно-ориентированные и танцевально-двигательные методы; 13% практикуют нейролингвистическое программирование и столько же — ведут различные тренинги; 8% указали интегративный подход и 6% — юнгианский анализ.

Всего 6% упоминают названия своих научных публикаций либо размещают ссылки на них.

13% специалистов консультируют не только взрослых, но и детей.

Что касается распределения выбора метода по полу, то нами были получены значимые различия в выборе того или иного метода или парадигмы мужчинами и женщинами.

Таблица 1. Процентное соотношение мужчин и женщин, работающих в том или ином терапевтическом подходе

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Подходы и направления | **Женщины**  | **Мужчины**  | **Всего в выборке** |
| Когнитивно-поведенческий | 28 (36%) | **41 (52%)\*** | 69 (44%) |
| Психоанализ | 31 (40%) | 28 (36%) | 59 (38%) |
| Нетрадиционные | 29 (37%) | 30 (38%) | 59 (38%) |
| Проективные | **39 (50%)\*** | 17 (22%) | 56 (35%) |
| Экзистенциальный | 22 (28%) | **28 (36%)\*** | 50 (32%) |
| Системная семейная терапия | 26 (33%) | 22 (28%) | 48 (31%) |
| Гештальт | 22 (28%) | 25 (32%) | 47 (30%) |
| Позитивная терапия | 18 (23%) | 19 (24%) | 37 (24%) |
| Коучинг | 18 (23%) | 19 (24%) | 37 (24%) |
| Гуманистический  | 18 (23%) | 15 (19%) | 33 (21%) |
| Телесно-ориентированный | 16 (21%) | 13 (17%) | 29 (19%) |
| НЛП | 9 (12%) | 12 (15%) | 21 (13%) |
| Тренинг | 9 (12%) | 11 (14%) | 20 (13%) |
| Интегративный | **8 (10%)\*** | 5 (6%) | 13 (8%) |
| Юнгианский анализ | **10** **(13%)**\* | 0 | 10 (6%) |

\* Обнаружены статистически значимые различия, p < 0,05.

Как мы можем увидеть из таблицы, существует гендерная специфика в выборе направлений и методов консультативной и терапевтической работы. Мужчины чаще работают в рамках когнитивно-поведенческой парадигмы (52%), чем женщины (36%). Также мужчины несколько чаще, чем женщины, практикуют экзистенциальный подход (36% и 28% соответственно). Женщины значительно чаще мужчин применяют проективные методы (такие, как песочная терапия, арт-терапия, сказкотерапия) и несколько чаще — интегративный подход. Все приверженцы юнгианского анализа в нашей выборке — женщины.

Таблица 2. Процентное соотношение представленности профессиональной информации в самопрезентациях мужчин и женщин

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Категории профессиональной информации** | **Женщины** | **Мужчины** | **Всего в выборке** |
| Образование | 78 (100%) | 78 (100%) | 156 (100%) |
| Повышение квалификации | 77 (99%) | 77(99%) | 154 (99%) |
| Опыт работы | 32 (41%) | 35 (45%) | 67 (43%) |
| Личная терапия и супервизия | 18 (23%) | 17 (22%) | 35 (22%) |
| Самоидентификация через подход | **46 (59%)\*** | 34 (44%) | 80 (51%) |
| Самоидентификация через вид деятельности или формат работы | 59 (76%) | 60 (77%) | 119 (76%) |
| Коуч/тренер | **9 (12%)\*** | 5 (6%) | 14 (9%) |
| Проблемы и запросы | 73 (94%) | 75 (96%) | 148 (95%) |
| Внутриличностные проблемы | **78 (100%)\*** | 72 (92%) | 144 (92%) |
| Межличностные проблемы | 63 (81%) | 60 (77%) | 123 (79%) |
| Семейные проблемы | **55 (71%)\*** | 44 (56%) | 99 (63%) |
| Психосоматические проблемы | 46 (59%) | **53 (68%)\*** | 99 (63%) |
| Все виды проблем | 34 (44%) | 33 (42%) | 67 (43%) |
| Работа с детьми | **14 (18%)\*** | 7 (9%) | 21 (13%) |
| Научные публикации | 6 (8%) | 4 (5%) | 10 (6%) |

Из таблицы 2 мы видим, что в самопрезентациях женщин-психологов чаще встречается идентификация с терапевтическим подходом по сравнению с текстами мужчин. Что касается специфики проблем и запросов, то мужчины чаще женщин заявляют о готовности работать с психосоматическими проблемами, а женщины — с внутриличностными и семейными. В целом, сравнительный анализ показывает, что мужчин больше интересуют проблемы поведенческого плана, например, зависимое поведение, а женщин работа с с внутриличностным, субъективным планом, что подтверждает их ориентация на проективные методы. О готовности консультировать детей и подростков чаще сообщают женщины.

На первом этапе обработки полученных данных, мы произвели анализ частот по ответам трех групп респондентов на анкетные вопросы (приложение А). Так, все 3 группы респондентов считают, что инстаграм считается самой эффективной социальной сетью для продвижения личного бренда психолога.

На вопрос «Как часто психолог, ведущий профессиональный профиль в социальной сети, должен выставлять посты?» одним из самых популярных ответов среди 3 групп является вариант выставления постов 1 раз в 2-3 дня. Также, стоит отметить то, что психологи, ведущие социальные сети, часто предпочитают вариант ответа «1 раз в день».

На вопрос «Сколько времени в день психолог должен тратить на социальные сети?» потенциальные клиенты, а также психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, считают самым оптимальным временем 2-3 часа в день. Интересно, что психологи, которые ведут социальные сети, самым популярным вариантом считают «менее 1 часа в день», а психологи, которые не ведут социальные сети, приписываю достаточно большее количество часов, в том числе «7-9 часов», что говорит о неоднозначности оценок по данному критерию.

При ответе на вопрос «Выберите наиболее близкий для Вас вариант ответа: Психолог ведет профиль в социальных сетях для души или воспринимает его исключительно как работу» большая часть потенциальных клиентов считают, что психолог ведет профиль в социальных сетях для души, а обе группы психологов склонны считать, что психолог воспринимает профиль в социальной сети как работу.

На вопрос «Пошли бы Вы к психологу, который ведет профиль в социальных сетях?» Потенциальные клиенты и психологи, которые ведут социальные сети, выбирали ответы «да» и «скорее да», а психологи, которые не ведут социальные сети, также выбирали варианты «нет» и «скорее нет». В целом, более 95% респондентов вероятно, прошли бы к психологу, который ведет профиль в социальной сети.

Частотный анализ показал, что при выборе психолога, респонденты опираются на разные факторы, опираясь на субъективный опыт. Так, для клиентов наиболее важными факторами стали личные ощущения, цена за прием и наличие образования (диплома психолога). Для психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, доминирующими факторами при выборе психолога стали подход в работе (гештальт, телесная терапия и т.д.), личные ощущения и рекомендации знакомых. Психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, обращают внимание на рекомендации знакомых, личные ощущения и наличие образования (диплома психолога). Наименьшую значимость получили местоположение кабинета, научная степень психолога и активность профиля в социальных сетях.

Также, частотный анализ показал, что при просмотре профиля психолога в социальных сетях, все 3 группы респондентов обращают внимание на следующие факторы: посты на психологические темы, демонстрацию личного мнения психолога и личные фото. Наименее значимыми являются количество лайков под постами и количество комментариев под постами.

Итак, анализ частот по анкетным вопросам выявил противоречия в оценках восприятия образа психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях респондентов разных групп. Так, обе группы психологов выбирают сайт B17.ru как один из эффективных для развития личного бренда психолога, тогда как ни один из клиентов не упомянул о нем, следовательно, можно предположить, что сайт B17.ru специфичен для консультирующих психологов и малоизвестен среди пользователей социальных сетей. Также, на вопрос «Как часто психолог должен выставлять посты в профессиональном профиле», некоторые психологи, ведущие профессиональный профиль в социальных сетях, предпочитали варианты ответов «1 раз в месяц» и «реже, чем 1 раз в месяц». Выбора этих вариантов ответов у других групп респондентов не было. Психологам, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, группы выборки клиентов и психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, приписывают достаточно большие затраты времени в день на развитие профиля в социальной сети, тогда как сами психологи, которые ведут профессиональные профиль в социальных сетях самым популярным вариантом выбирают «Менее 1 часа в день». Большая часть потенциальных клиентов считают, что психолог ведет профиль в социальных сетях для души, а обе группы психологов склонны считать, что психолог воспринимает профиль в социальной сети как работу. Потенциальные клиенты и психологи, которые ведут социальные сети, указали, что рассмотрели бы психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях для работы с ним. А психологи, которые не ведут социальные сети, также выбирали варианты «нет» и «скорее нет». При выборе психолога, пол психолога имеет значение для психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, по сравнению с другими группами. Также, эта группа подчеркивает важность возраста психолога в выборе, остальные группы респондентов выбирают этот ответ намного реже.

Местоположение кабинета важно только представителям психологов, которые не ведут профессиональный профиль. На наличие научной степени обращают внимание при выборе психолога только некоторые клиенты. Для психологов, которые ведут профессиональный профиль, эта характеристика не значима. Также, на количество комментариев под постами обращают внимание преимущественно психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях.

При анализе средних значений оценки образа психолога, ведущего профессиональный профиль в социальных сетях (Рисунок 1), наблюдается следующая тенденция: клиенты в целом оценивают характеристики как наиболее ярко выраженные, в отличие от 2 других групп респондентов. Можно отметить, что респонденты приписывают психологу, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, такие характеристики как серьезный, сознательный, смелый, мягкий, независимый, практичный, творческий, дисциплинированный, адекватный, уверенный в себе, совестливый, улыбчивый, великодушный, яркий, открытый, внимательный, компетентный, полезный, конкретный, удовлетворенный своей профессией, толерантный, вдумчивый, доверительный, успешный, честный.

В большей степени, клиенты отмечают в образе психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, такие характеристика как Смелый (2,0), Дисциплинированный (8,0), Уверенный в себе (9,1), Открытый (8,4). В целом, шкалы, являющиеся наиболее выраженными в данном случае, говорят о том, что клиенты в большей мере приписывают психологу, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, положительные социальные характеристики. Им важно видеть в профиле психолога уверенную в себе смелую личность, которая готова к новым знакомствам, переменам и экспериментам.

Наиболее ярко выраженными характеристиками, приписываемыми психологами, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, являются характеристики: Дисциплинированность (7,2), Уверенность в себе (8,2), Великодушие (7,2), Открытость (7,2). По данным видно, что средние показатели по шкалам имеют меньшие, по сравнению с показателями оценки клиентов, значения. Тем не менее, психологи в оценке образа указали такие важные для психолога показатели как великодушие и открытость. Здесь, они хотят видеть уверенную в себе личность, но с более «душевными» и социальными чертами.

Наиболее выраженными характеристиками в оценки психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях: Смелость (2,6), Уверенность в себе (7,5), Открытость (7,0). По данным видно, что средние показатели по шкалам имеют меньшие, по сравнению с показателями оценки двух других групп респондентов, значения. Данная группа, в представлении образа психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, хочет видеть смелую уверенную в себе личность, которая готова к общению с новыми людьми, готова делиться информацией, помогать другим.

Отметим, что все три группы респондентов наиболее ярко выраженными характеристиками выбрали Уверенность в себе и Открытость. То есть, можно сделать вывод о том, что именно эти характеристики являются одной из главных составляющих личного бренда психолога.

Также, нужно отметить пары дескрипторов, где характеристики, приписываемые психологам, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, различны у разных групп респондентов. Так, по дескриптору «Расслабленный – Напряженный» психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, оценивая образ психолога, который ведет личный профиль в социальных сетях, приписывают характеристику «напряженный» (5,3). Когда клиенты (3,6) и психологи (5,3), которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, склонны приписывать образу характеристику «Расслабленный». Можно предположить, что это связано с тем, что психологи, которые не ведут профессиональный профиль, не пользуются социальными сетями как инструментом развития личного бренда, так как считают это объектом напряжения, большого затрата времени и т.д.

Также, по дескриптору «Опирается на научные знания – Опирается на житейский опыт клиенты» (4,7) и психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, (4,4) приписывают образу психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, характеристику «Опирается на научные знания». А психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, склонны приписывать оценку «Опирается на житейский опыт» (5,8). Вероятно, это может быть связано с большим количеством людей, которые не имеют образование психолога и занимаются около психологических направлений, но позиционируют себя в социальных сетях как психолога.

По дескриптору «Богатый – Бедный» психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, оценивает психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, как более состоятельного человека (3,6), чем это оценивают клиенты (4,4). Также, стоит отметить, что оценки психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях на границе дескрипторов (5,0), что говорит о неоднозначности оценок по данному критерию.



**Диаграмма 1. Данные распределения средних значений по трем группам респондентов по результатам субъективного шкалирования.**

При сравнении значений по трем группам респондентов (клиентов, психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях) результатов субъективного шкалирования с помощью статистического Н- критерия Крускала-Уоллеса были выявлены достоверные различия (приложение А).

Таким образом, мы получили значимые различия по следующим парам дескрипторов: Сознательный - Безответственный (p=0,002); Вызывает доверие – Подозрительный (p=0,002); Расслабленный – Напряженный (p=0,014); Адекватный – Неадекватный (p=0,002); Неуверенный в себе – Уверенный в себе (p=0,004); Замкнутый – Открытый (p=0,020); Внимательный – Отстраненный (p=0,005); Компетентный - Некомпетентный (p=0,000); Полезный – Бесполезный (p=0,000); Удовлетворенный профессией – Неудовлетворенный профессией (p=0.001); Успешный – Неуспешный (p=0,000); Опирается на научные знания – Опирается на житейский опыт (p=0.019); Богатый – Бедный (p=0,002).

Это говорит о том, что по данным дескрипторам все три группы респондентов имеют разную выраженность характеристик в образе психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях. Это может быть связано со спецификой группы респондентов, их жизненным опытом, субъективным восприятием. Исходя из полученных данных, мы можем говорить о том, что образ степени доверия к психологу, его ответственности, напряженности, адекватности, уверенности в себе, замкнутости, внимательности, компетентности, полезности, успешности, материального состояния, а также степени удовлетворенности профессией и опоры на научные/житейские знания различен у разных групп респондентов.

Последующие попарные сравнения данных позиций при помощи статистического U-критерия Манна-Уитни также позволили нам выявить ряд статистически значимых различий в представлениях разных групп респондентов (приложение А).

Так, при попарном сравнении оценок клиентов и психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, были обнаружены значимые различия по следующим характеристикам: Серьезный - Беззаботный (p=0,032); Сознательный – Безответственный (p=0,024); Неуверенный в себе – Уверенный в себе (p=0,019); Замкнутый – Открытый (p=0,023). Так, эти характеристики наиболее выражены у группы клиентов и менее выражены у группы психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях (Диаграмма 2). Различия в ответах по данным дескрипторам, на наш взгляд, можно объяснить тем, что психологи, в глазах клиентов всегда более собранные, сосредоточенные, серьезные, открытые и уверенные в себе, чем это ощущают сами психологи. Это может быть связано с тем, что клиенты видят психолога только в рабочей обстановке или на странице в социальной сети, а психологи оценивают эту характеристику, не отрывая свой образ от реальной жизни.

При попарном сравнении оценок клиентов и психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, были обнаружены значимые различия по следующим характеристикам: Сознательный – Безответственный (p=0,000); Смелый – Робкий (p=0,036); Вызывает доверие – Подозрительный (p=0,001); Творческий – Консервативный (p=0,022); Недисциплинированный – Дисциплинированный (p=0.011); Расслабленный – Напряженный (p=0,003); Адекватный – Неадекватный (p=0,000); Неуверенный в себе – Уверенный в себе (p=0,001); Совестливый – Аморальный (p=0,018); Замкнутый – Открытый (p=0,011); Внимательный – Отстраненный (p=0.001); Компетентный - Некомпетентный (p=0.000); Полезный – Бесполезный (p=0.000); Удовлетворенный профессией – Неудовлетворенный профессией (p=0,000); Толерантный – Нетолерантный (p=0,046); Доверительный – Сомнительный (p=0,027); Успешный – Неуспешный (p=0,000); Опирается на научные знания – Опирается на житейский опыт (p=0,034); Богатый – Бедный (p=0,029). Так, эти характеристики наиболее выражены у группы клиентов и менее выражены у группы психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях (Диаграмма 3). Можно предположить, что выявленные различия свидетельствуют о том, что клиенты, оценивая образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, опираются на свои представления, фантазии, данные СМИ и другое знания, поэтому приписывают более положительные и ярко выраженные характеристики. А психологи, которые не ведут социальные сети, опираются на личный опыт.



**Диаграмма 2. Сравнение средних значений по дескрипторам между клиентами и психологами, ведущими профессиональный профиль в социальных сетях**



**Диаграмма 3. Сравнение средних значений по дескрипторам между клиентами и психологами, не ведущими профессиональный профиль в социальных сетях**

Наконец, при попарном сравнении оценок психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, и психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, были обнаружены значимые различия по следующим характеристикам: Вызывает доверие – Подозрительный (p=0,004); Адекватный – Неадекватный (p=0,044); Компетентный-Некомпетентный (p=0,001); Полезный – Бесполезный (p=0,001);

Конкретный – Абстрактный (p=0,017); Удовлетворенный профессией – Неудовлетворенный профессией (p=0,010); Успешный – Неуспешный (p=0,004); Хитрый – Честный (p=0,033); Опирается на научные знания – Опирается на житейский опыт (p=0,008); Богатый – Бедный (p=0,001). Так, эти характеристики наиболее выражены у группы психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях и менее выражены у группы психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях (Диаграмма 4). Возможно, такие результаты связаны с тем, что психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, оценивая образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, давали более положительные, социально желаемые ответы. Также, они могли опираться на жизненный опыт и собственную самооценку. Психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, оценивая заданный образ, опирались на личные ощущения, представления и опыт.

Итак, можно сделать вывод, что клиенты дают более ярко выраженные и положительные оценки, по сравнению с группами психологов. В свою очередь, оценки, которые дают психологи, ведущие профессиональный профиль в социальных сетях, более ярко выраженные, чем оценки психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях. Психологи, в оценках клиентов, всегда более собранные, сосредоточенные, серьезные, открытые и уверенные в себе, чем это оценивают сами психологи. Психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, оценивая образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, дают более положительные, социально желаемые ответы, чем другая группа психологов.



**Диаграмма 4. Сравнение средних значений по дескрипторам между психологами, ведущими профессиональный профиль в социальных сетях и психологами, не ведущими профессиональный профиль в социальных сетях**

Также для обработки полученных данных мы использовали факторный анализ, который позволил нам более подробно охарактеризовать содержание представлений о личном бренде психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, каждой из трех групп респондентов.

Начнем с рассмотрения факторов группы выборки клиентов.

1 фактор (объясняющий 14,177% от общей дисперсии; факторный вес=4,253) объясняет такие шкалы как «Сознательность» (а=0,778); «Вызывает доверие» (а=0,658); «Адекватность» (а=0,687); «Совестливость» (а=0,685); «Компетентность» (а=0,683); «Великодушность» (а=-0,621). Мы назвали данный фактор «Сознательность». Он отражает характеристики, связанные с профессиональной компетентностью психолога. Так, клиенты хотят видеть в профессиональном профиле психолога сознательную личность, компетентного специалиста, способного вызывать доверие. Также, клиенту важны характеристики в образе психолога адекватность, совестливость и великодушие, как составляющие моральной сферы человека. Эти шкалы наиболее ярко можно выразить через посты на психологические темы и демонстрацию собственного мнения.

2 фактор (объясняющий 13,633% от общей дисперсии; факторный вес=4,090) объясняет такие шкалы как «Серьезность» (а=0,816); «Сознательность» (а=0,717); «Конкретность» (а=0,699); «Доверительность» (а=0,693); «Удовлетворенность профессией» (а=0,645); «Честность» (а=-0,564). Мы назвали данный фактор «Важность». Он, на наш взгляд, описывает характеристики, которые связаны с важными морально-нравственными характеристиками, которые так важны в профессии психолога. Клиенты приписывают образу психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, такие важные характеристики как честность, сознательность, доверительность. Также, клиенты обращают внимание на уровень удовлетворенности профессией, конкретность в мыслях, серьезность в общении. Эти характеристики можно также выражать, через посты на психологические темы, а также на фото через невербальную коммуникацию и непосредственно через живое или интернет-общение.

3 фактор (объясняющий 9,853% от общей дисперсии; факторный вес=2,956) объясняет такие шкалы как «Мягкость» (а=-0,745); «Толерантность» (а=0,738); «Расслабленность» (а=0,503). Мы назвали данный фактор «Принятие». Входящие в него характеристики отражают личностно важные характеристики. Здесь, клиенты хотят видеть в профиле психолога мягкий, принимающий, улыбчивый, расслабленный образ с моральными ценностями, близкими клиенту.

4 фактор (объясняющий 9,155% от общей дисперсии; факторный вес=2,747) объясняет такие шкалы как «Уверенность в себе» (а=-0,823); «Успешность» (а=0,657); «Великодушие» (а=-0,520). Мы назвали данный фактор «Уверенность в себе», поскольку данная характеристика имеет в нем наибольший вес и является определяющей. Данный фактор свидетельствует о приписывании клиентами всех данных шкал психологу, который показывает уверенность в себе. Это может быть видно по невербальной коммуникации через фото или видео-эфиры, через посты в профили, а также демонстрацию личного мнения (или его отсутствия), что, как мы выяснили выше, важно для клиентов.

5 фактор (объясняющий 8.618% от общей дисперсии; факторный вес=2,585) объясняет такие шкалы как «Независимость» (а=0,905); «Яркость» (а=0,572); «Улыбчивость» (а=0,515); «Расслабленность» (а=0,512). Мы назвали данный фактор «Независимость». Он отражает характеристики, которые клиент приписывает психологу, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях. Так, клиенту важно видеть в профиле психолога независимую личность, улыбчивую и яркую. Которая способна на смелые эксперименты, при этом компетентна в сфере своей профессиональной деятельности. Яркий профиль, с наличием личных фото, дерзкие посты – это то, что нравится клиентам.

6 фактор (объясняющий 8.091% от общей дисперсии; факторный вес=2,427) объясняет такие шкалы как «Творчество» (а=0,811); «Открытость» (а=-0,740); «Внимательность» (а=0,561). Мы назвали данный фактор «Творчество», поскольку данная характеристика имеет в нем наибольший вес и является определяющей. Клиенты, характеризуя образ психолога, ведущего социальные сети, одним из основных факторов выбирают творчество, как составляющую чего-то нового, необычного. В профиле психолога им важно увидеть яркие фото с улыбкой, показывающие открытость психолога к общению, внимательность и толерантность. Творческий подход в выставленных фото в профиль, к написанию постов является одним из инструментов раскрыть все вышеперечисленные критерии.

Таким образом, если говорить в целом о том, каким клиенты видят образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, то выявляется следующая тенденция. Клиенты хотят видеть положительный образ смелой, яркой, уверенной в себе личности с четкими и понятными нравственными ценностями, и жизненной позицией. А также, яркий профиль, смелые высказывания и эксперименты, личные фото с улыбкой и уверенной позой.

Теперь перейдем к рассмотрению факторов группы выборки психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях.

1 фактор (объясняющий 24,557% от общей дисперсии; факторный вес=7,367) объясняет такие шкалы как «Сознательность» (а=0,913); «Смелость» (а=0,857); «Вызывает доверие» (а=0,808); «Совестливость» (а=0,803), «Адекватность» (а=0,798). Мы назвали данный фактор «Сознательность». Данный фактор включает в себя характеристики, которые говорят о морально - нравственных качествах психолога. Так, психологи, которые ведут профессиональные профиль психолога в социальных сетях, оценивают образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях как сознательную личность, которая обладает смелостью, способна вызывать доверие у подписчиков, имеет высокие моральные качества, а также адекватность.

2 фактор (объясняющий 16,612% от общей дисперсии; факторный вес=4,984) объясняет такие шкалы как «Открытость» (а=-0,806); «Успешность» (а=0,771); «Яркость» (а=0,706); «Великодушие» (а=-0,656); «Расслабленность» (а=5,520). Мы назвали данный фактор «Открытость», поскольку данная характеристика имеет в нем наибольший вес и является определяющей. В этом факторе, психологии хотят видеть образ открытый, спокойный, внимательный готовый к диалогу. При этом образ должен быть ярким и успешным. Такого образа можно добиться через внимательный отбор фото и картинок, которые психолог выкладывает в свой профессиональный профиль.

3 фактор (объясняющий 15,581% от общей дисперсии; факторный вес=4,674) объясняет такие шкалы как «Толерантность» (а=0,849); «Конкретность» (а=0,689); «Внимательность» (а= 0,674); «Компетентность» (а=0,663); «Полезность» (а=0,600); «Богатство (а=0,570). Мы назвали данный фактор «Профессиональные качества», поскольку он описывает те шкалы, которые важны в работе психолога. Психологи, имеющие профессиональный профиль в социальных сетях, дают описываемому образу достаточно четкие и важные профессиональные характеристики. В этом факторе, шкала, имеющая наибольший вес, «Толерантность». Принятие разных людей, внимательность, профессиональная компетентность, полезность, а также высокое материальная состояние – таким видит профиль психолога данная группа по данному фактору.

4 фактор (объясняющий 8,004% от общей дисперсии; факторный вес=2,401) объясняет такие шкалы как «Неуверенный в себе» (а=0,689); «Недисциплинированный» (а=0,671); «Хитрость» (а=0,495). Мы назвали данный фактор «Неуверенность в себе». Психологи, ведущие профессиональный профиль в социальных сетях, описывая образ психолога, ведущего профессиональный профиль в социальных сетях, могут сталкиваться с неуверенность в себе, независимо от опыта работы и ведения профиля. Это может быть, в том числе из-за зависимости, недисциплинированности, некомпетентности. И одними из составляющей неуверенности в себе могут быть творчество, как возможность оригинально преподнести ту или иную информацию, а также хитрость, что помогает скрывать неуверенность.

Таким образом, психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, приписывают образу психолога, который ведет профессиональных профиль в социальных сетях, положительные морально - нравственные качества. Они хотят видеть профессионала своего дела, открытую, спокойную, внимательную личность, при этом с характеристиками яркость и успешности. Но при этом, психологи отмечают такой фактор как «неуверенность в себе».

Теперь рассмотрим, какие факторы влияют на образ психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, по мнению психологов, который не ведет профессиональный профиль в социальных сетях.

1 фактор (объясняющий 12,942% от общей дисперсии; факторный вес=3,883) объясняет такие шкалы как «Практичность» (а=-0,844); «Открытость» (а=-0,801); «Жесткость» (а=0,708); «Дисциплинированность» (а=-0,697); «Конкретность» (а=0,572). Мы назвали данный фактор «Практичность». Здесь, психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, приписывают психологу, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, образ достаточно жесткого и уверенного в себе специалиста, достаточно предприимчивого и конкретного.

2 фактор (объясняющий 12,718% от общей дисперсии; факторный вес=3,815) объясняет такие шкалы как «Полезность» (а=0,844); «Компетентность» (а=0,837); «Толерантность» (0,774); «Удовлетворенность профессией» (а=0,670); «Адекватность» (а=0,504); «Расслабленность» (а=0,502). Мы назвали данный фактор «Компетентность», поскольку он описывает те шкалы, которые определяют компетентность психолога. Для психологов, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, одним из главных факторов является компетентность, вероятно потому что в первую очередь они оценивают специалиста и профессионала. Данные факторы входят в профессиональную компетенцию именно психолога, так именно в этой профессии важны такие качества как толерантность, полезность, адекватность и расслабленность, а также удовлетворённость профессией.

3 фактор (объясняющий 11,608% от общей дисперсии; факторный вес=3,482) объясняет такие шкалы как «Вдумчивость» (а=-0,776); «Совестливость» (а=0,714); «Сознательность» (а=0,691); «Вызывает доверие» (а=0,608); «Честность» (а=-0,532). Мы назвали данный фактор «Вдумчивость», поскольку в данном факторе он имеет больший вес. В этом факторе психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, приписывают образу психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, характеристики, связанные с продуманными сознательными решениями, с некой осторожностью и честностью. Возможно, психологи, которые не ведут профессиональный профиль, считают, что решение вести профиль с социальной сети должно быть обдуманно, взвешенно и подходить к его реализации надо с осторожностью, сознательно. Грамотно простроенный профиль в социальных сетях, где нет смелых и дерзких высказываний.

4 фактор (объясняющий 10,528% от общей дисперсии; факторный вес=3,158) объясняет такие шкалы как «Внимательность» (а=0,800); «Доверительность» (а=0,668); «Честность» (а=-0,572); «Успешность» (а=0,510). Мы назвали данный фактор «Внимательность к клиенту», поскольку все шкалы в данном факторе связаны с клиенто-ориентированностью. Здесь, психологи, которые не ведут профессиональный профиль, обращают внимание на то, что в работе психолога важно заботиться о клиенте, быть внимательным по отношению к нему. Терпимость и принятие разных людей, внимательность к его проблемам и потребностям, честность и конкретность по отношению к нему. Все это-залог успешного психолога.

5 фактор (объясняющий 8,841% от общей дисперсии; факторный вес=2,652) объясняет такие шкалы как «Опора на научные знания» (а=0,843); «Богатство» (а=0,775); «Успешность» (а=0,568). Мы назвали данный фактор «Опора на научные знания». Психологи, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, приписывают оцениваемому образу значимость опоры не на житейский опыт, а на научные знания. Они описывают психолога, который ведет профессиональный профиль, как человека, которому присуща жесткость, напряженность, конкретность. Но, при этом, он достаточно успешен и материально обеспечен.

6 фактор (объясняющий 8,671% от общей дисперсии; факторный вес=2,601) объясняет такие шкалы как «Великодушие» (а=-0,777); «Яркость» (а=0,736); «Творчество» (а=0,654). Мы назвали этот фактор «Великодушие», поскольку он имеет наибольший вес. Психологи, не ведущие профессиональный профиль в социальных сетях, описывая образ психолога, ведущего профессиональный профиль в социальных сетях, одним из доминирующих факторов отмечают великодушие, как антоним к завистливости. Они хотят видеть в профилях психологов приветливость, яркость, доверительность, творчество и некую беззаботность. Респонденты предпочитают образ успешности без черной зависти, жесткости и зависти.

Таким образом, содержание представлений психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях о психологе, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, имеет следующие особенности. Его представляют, как достаточно жесткого и практичного человека, компетентного и уверенного в себе специалиста, с взвешенным и продуманным профилем. Он, как компетентный специалист, одним из главных направлений своего личного бренда считает клиенто-ориентированность. В работе опирается на научные знания. Личный бренд также содержит характеристику успешности.

Итак, если говорить в целом о содержании представлений о психологе, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, то можно отметить следующие особенности. Клиенты хотят видеть яркий профиль со смелыми высказываниями и личными фотографиями, излучающими уверенность в себе. Психологи, которые ведут профессиональный профиль в социальных сетях, хотят видеть яркий профиль успешной личности, профессионала своего дела, открытую, спокойную, но при этом, психологи отмечают такой фактор как «неуверенность в себе». В содержание представлений психологов, которые не ведут профессиональный профиль в социальных сетях, входят характеристики компетентного специалиста, с опорой в работе на научные знания и клиенто-ориентированность, но достаточно жесткого и практичного человека.

При сравнении содержания вышеизложенных характеристик, хочется заметить то, что все три группы респондентов по-разному описывают образ психолога, который ведет профессиональный профиль психолога в социальной сети. Можно отменить лишь 3 характеристики, которые чаще отмечали все группы респондентов: Открытость, Внимательность, Успешность. Так, можно сделать вывод о том, что эти характеристики входят в личный бренд психолога. Наша гипотеза: вероятно в характеристиках пользователей социальных сетей будет отражаться специфика восприятия личного бренда психолога, подтвердилась.

Личный бренд психолога можно охарактеризовать следующими характеристиками:

- Психолога, который ведет социальные сети, оценивают, как серьезного, сознательного, смелого, мягкого, независимого, практичного, творческого, дисциплинированного, адекватного, уверенного в себе, совестливого, улыбчивого, великодушного, яркого, открытого, внимательного, компетентного, полезного, конкретного, удовлетворенного своей профессией, толерантного, вдумчивого, доверительного, успешного, честного.

- Характеристики «Уверенность в себе» и «Открытость» являются одними из главных составляющих личного бренда психолога.

- Психологи, в глазах клиентов всегда более собранные, сосредоточенные, серьезные, открытые и уверенные в себе, чем это ощущают сами психологи.

- Клиенты хотят видеть психолога, который ведет профессиональный профиль в социальных сетях, как положительный образ смелой, яркой, уверенной в себе личности с четкими и понятными нравственными ценностями, и жизненной позицией. А также, яркий профиль, смелые высказывания и эксперименты, личные фото с улыбкой и уверенной позой.

Респондентам были предложены пять “самопрезентаций” психологов с возможностью выбрать одного или нескольких, к которым они, вероятнее всего, обратились бы, и развёрнуто аргументировать свой выбор. Тексты самопрезентаций не содержали имён, фото, упоминания стоимости консультации и были намеренно гендерно нейтральными; все они содержали сведения об образовании и терапевтических подходах и методах. Также анкета содержит вопрос о предпочтительном поле (“того же пола, что и Вы; другого пола”) и возрасте консультанта “приблизительно Вашего возраста; младше Вас; старше Вас”), можно было выбрать несколько вариантов.

Также респонденты указывали свой пол, возраст и профессию.

Мы получили следующие результаты:

Самым популярным оказался «лаконичный» стиль самопрезентации, содержащий в себе только сведения об образовании, подходах работы и запросах, с которыми консультант готов работать, его выбрали 54%; 34% остановили свой выбор на «заботливом» психологе, главной особенностью которого является ориентация на эмпатичное и уважительное отношение к клиенту; 28% отдали предпочтение «коллекционеру почётных званий», сочетающему в себе обилие личной информации, профессиональных достижений, хобби, владение множеством подходов и методов и внушительный перечень дипломов и сертификатов; 19% выбрали «эзотерика», сочетающего современные терапевтические подходы с восточными мистическими практиками; всего 13% предпочли «самоуверенного» коуча, обещающего вернуть оплату, если клиент сочтёт его помощь неэффективной.

Таблица 3. Процентное соотношение и ранг респондентов в выборе стилей цифровой самопрезентации психологов-консультантов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Стиль самопрезентации** | **%** | **Ранг** |
| “Лаконичный” | 54 | 1 |
| “Заботливый” | 34 | 2 |
| “Коллекционер дипломов” | 28 | 3 |
| “Эзотерик” | 19 | 4 |
| “Самоуверенный” | 13 | 5 |

Что касается возраста консультанта, то большая часть (58%) респондентов предпочли бы специалиста старше, чем они сами; ещё 14% — старше или приблизительно того же возраста, что и они сами; 17% — приблизительно того же возраста, что они сами; для 11% возраст не принципиален.

54% предпочитают психолога того же пола, что и они; для 35% пол не имеет значения, 11% готовы обратиться только к консультанту противоположного пола.

Наибольший интерес для нас представляют комментарии, в которых респонденты говорят о том, почему они выбрали одних психологов и отвергли других, это даёт нам представление о том, какие аспекты самопрезентации являются привлекательными, а какие — отталкивающими. Все обоснования можно разделить на 4 типа:

— позитивные (описание привлекательных аспектов сапопрезентации выбранного психолога, например, “этот психолог показался мне наиболее направленным на потенциального клиента и непосредственно помощь”);

— негативные (акцент на отталкивающие характеристики невыбранных вариантов, либо описание выбранного через отсутствие неприятных характеристик, например, “отсутствие бреда”, “никакой эзотерики”);

— сочетание позитивных и негативных; — нейтральные (сюда относятся такие комментарии, как “опыт”, “образование”, “методы работы”, “интуиция”, “субъективный выбор”, которые могут относиться как к выбранным вариантам, так и к отвергнутым).

36% комментариев относятся к негативным, то есть содержат аргументацию по принципу “наименьшее из зол”; в 23% комментариев речь идёт о привлекательных аспектах выбранных вариантов; 22% описывают как привлекательные характеристики выбранных, так и отталкивающие характеристики невыбранных; 19% являются нейтральными.

Из 105 респондентов в нашей выборке 14 имеют или получают психологическое либо психоаналитическое образование, поэтому мы сочли целесообразным проанализировать их ответы отдельно, чтобы составить представление о том, какими критериями при выборе психолога руководствуются люди, имеющие больше информации и меньше стереотипов о психологическом консультировании. Мы не знаем, есть ли среди них практикующие психологи-консультанты и психотерапевты.

Всего 14 респондентов, из них трое мужчин и 11 женщин. Возраст: от 21-го до 50-ти лет.

Наиболее популярным среди психологов оказался “заботливый” консультант, его выбрали восемь респондентов (57%); “коллекционеру почётных званий” решили довериться трое (21%); столько же выбрали “лаконичного” и “эзотерического”; “самоуверенный” оказался невостребованным.

Большинство (64%) предпочитают обратиться к психологу того же пола, что и они сами, для 36% пол не является значимой характеристикой. Что касается желаемого возраста психолога, то половина респондентов предпочли бы специалиста старше себя, трое (21%) – старше или ровесника, столько же – только ровесника, для 7% возраст консультанта не принципиален.

Анализ комментариев показал, что психологи склонны скорее положительно характеризовать выбранного специалиста (57%), нежели критиковать тех, кого они не выбрали (7%); 21% комментариев содержат как упоминания достоинств выбранных консультантов, так и критику невыбранных; 7% комментариев содержат только негативные характеристики.

Что касается содержания комментариев, то выбор совершается по следующим критериям:

Ориентация на клиента (“Поддерживающий понятный текст без суеты”, “Он коммуникабелен, изъясняется на языке клиента”).

Идентификация потенциального клиента с консультантом (“Манера диалога с читателем. Она похожа на мою собственную” “психолог - это помимо набора компетенций, еще и набор опыта и личностных качеств. Если этот опыт и качества “резонируют” с мирокартиной клиента, он будет больше доверять такому психологу и работа будет более эффективной”). Возможность идентификации потенциального клиента с консультантом не связана с какими-то конкретным параметром самопрезентации, но она, как правило, основана на личностной информации о консультанте, это могут быть стилевые особенности текста, ценности и принципы, отношение к потенциальному клиенту, то есть что-то, в чём консультант раскрывается как личность. В ситуации реального выбора это могут быть даже фото и видео, посредством которых выбирающий клиент сознательно или неосознанно отождествляет себя с консультантом, например, через внешность, мимику, жесты, тембр голоса, манеру речи и т.д.

Субъективное ощущение клиента, что этот психолог ему подходит, некая неаргументируемая симпатия (“Я выбрала данного психолога, т.к с ним мне будет наиболее комфортно работать”, “Интуиция”).

Саморазвитие (“Базовое образование специалиста и то, что он проживает жизнь развиваясь, исследуя предлагаемое во внешней среде”).

Образование. Респонденты-психологи пишут, что образование консультанта является для них важным критерием выбора, но не уточняют, какое образование они считают подходящим.

В качестве негативных характеристик в комментариях встречаются такие параметры, как излишняя краткость, лишние подробности, маркетинговая информация, информация о семье, эзотерические практики.

Таким образом, мы видим, что личная информация скорее является позитивным фактором выбора, но только та, которая либо имеет непосредственное отношение к клиент-терапевтическим отношениям и процессу терапии, либо способствует идентификации клиента с консультантом; информация о семейном положении, например, сюда не относится и является скорее негативным фактором, влияющим на выбор.

# 2.3 Практическое применение результатов исследования и разработка рекомендаций по повышению уровня доверия к психологам

На основании полученных ранее результатов мы можем разработать следующую стратегию формирования доверия в социальных сетях:

1. Создание интересного и полезного контента, направленного на решение проблем нашей целевой аудитории. Мы можем опубликовать статьи, советы и рекомендации по управлению стрессом, улучшению настроения исправлению с тревожностью.

2. Использование хэштегов, связанных с темами, которые интересуют нашу целевую аудиторию, такие как психология, здоровье психики, управление стрессом и т.д.

3. Регулярное обновление контента на наших страницах в социальных сетях, чтобы удерживать внимание нашей аудитории и привлекать новых подписчиков.

4. Сотрудничество с другими профессионалами в области психологии, такими как блогеры и другие психологи, для расширения своего охвата и привлечения новых клиентов.

5. Организация онлайн-курсов и вебинаров, чтобы предоставить нашей аудитории более глубокие знания и улучшить их психическое здоровье.

6. Организация конкурсов и акций, чтобы привлечь внимание нашей аудитории и увеличить охват нашей страницы в социальных сетях.

Это лишь пример стратегии формирования доверия, которую можно использовать для определенной целевой аудитории в социальных сетях. Важно помнить, что каждый случай уникален, и следует провести дополнительный анализ для определения оптимальной стратегии формирования доверия.

Регулярное обновление контента на своих страницах в социальных сетях очень важно для привлечения внимания пользователей и удержания их интереса к вашим услугам. Публикация интересных и полезных материалов, таких как советы, статьи, цитаты, видео или мемы, поможет установить контакт со своей аудиторией и показать свой профессиональный уровень.

Кроме того, частые публикации и обновления контента повышают вероятность того, что ваши посты будут замечены алгоритмами социальных сетей и попадут в ленту большего числа пользователей. Это, в свою очередь, может привести к увеличению числа подписчиков и клиентов.

Важно помнить, что контент должен быть соответствующим вашей целевой аудитории и нести в себе ценность для ваших подписчиков. Он должен быть интересным, полезным и не слишком пресным. Чтобы узнать, какой контент наиболее популярен среди вашей аудитории, можно проводить опросы и анализировать статистику просмотров и лайков.

Если психолог специализируется на консультировании родителей подростков, то он может использовать следующие хэштеги для увеличения охвата своих постов и привлечения новых клиентов: подростки родители подростков психолог подростков подростковый психолог воспитание подростков проблемы подростков подростковое поведение подростки в социальных сетях.

Добавляя эти хэштеги к своим постам, психолог может увеличить видимость своих сообщений, которые будут отображаться в соответствующих поисках и хэштегах, что может привести к большему количеству подписчиков, лайков, комментариев и, в конечном итоге, новых клиентов.

Психолог может в том числе сотрудничать с другими специалистами в области здоровья и благополучия, такими как врачи, диетологи, тренеры по фитнесу и т.д. Совместные мероприятия, такие как вебинары, лекции или консультации, могут привлечь не только их общую аудиторию, но и новых клиентов, интересующихся темами, которые объединяют этих специалистов.

Также, психолог может сотрудничать с организациями, занимающимися социальной помощью и поддержкой, такими как благотворительные фонды, сообщества людей с определенными проблемами и т.д. Помимо расширения своей аудитории, такие сотрудничества могут помочь психологу улучшить свой имидж и привлечь новых клиентов, которые рассматривают его как профессионала, работающего в сотрудничестве с другими квалифицированными специалистами.

К примеру, психолог может организовать конкурс на своей странице в социальной сети, где участники должны будут написать короткий рассказ о том, как психологическая консультация помогла им в их жизни. Победитель будет выбран на основе оригинальности и эмоциональной силы рассказа и получит бесплатную консультацию от психолога. Этот конкурс может привлечь внимание пользователей и увеличить охват услуг психолога в социальных сетях.

Психолог может создать свой сайт или блог, где будет публиковать полезную информацию для своих клиентов и потенциальных клиентов. На сайте можно разместить информацию о своих услугах, контактную информацию, отзывы клиентов и т.д. Блог можно использовать для публикации статей на различные темы, связанные с психологическим консультированием. Это поможет привлечь новых посетителей и повысить узнаваемость своего бренда в Интернете. Также, создание своего сайта или блога позволит психологу установить свой собственный стиль и подход к предоставлению услуг, что может привлечь новых клиентов, которые ищут именно такого специалиста.

Один из примеров блога о психологии "Психология Жизни" (https://psychologiesoflife.com/). Этот блог содержит разнообразные статьи о психологии, такие как техники релаксации, управление эмоциями, стресс и многое другое. В блоге также есть раздел "Консультации", где автор блога предоставляет консультации в режиме онлайн. Блог содержит информацию, которая может быть полезна для людей, желающих улучшить свою жизнь и психологическое состояние. Автор блога использует социальные сети для формирования доверия своих материалов и привлечения новых читателей, а также для рекламы своих онлайн-консультаций.

Рассмотрим пример организации онлайн-курса для психологической помощи с использованием социальных сетей:

Психологический центр "Счастливая жизнь" решил организовать серию онлайн-курсов по управлению стрессом и тревожностью для своих подписчиков в социальной сети Instagram. Курсы были структурированы в три модуля, каждый из которых предлагался в течение трех недель.

Каждый модуль включал в себя ежедневные задания и упражнения, которые были представлены в виде постов в Instagram (проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена), с использованием хэштегов, связанных с темой курса. Каждое упражнение помогало участникам разобраться в своих проблемах и получить навыки, необходимые для управления своим эмоциональным состоянием.

Кроме того, в конце каждой недели проходил прямой эфир в Instagram Live (проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена), на котором участники могли задать вопросы психологу, обсудить свои успехи и проблемы с другими участниками курса.

Курс получил хорошие отзывы от участников и помог центру "Счастливая жизнь" привлечь новых клиентов, заинтересованных в получении профессиональной психологической помощи.

Использование аналитических инструментов это важный компонент любой стратегии формирования доверия в социальных сетях. Он позволяет оценить эффективность своих действий, понять, какие методы работают лучше всего, и внести соответствующие корректировки в свою стратегию.

Один из таких инструментов это статистика в социальных сетях. Например, в Instagram (проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена) можно посмотреть статистику по своему профилю, чтобы увидеть, сколько у вас подписчиков, сколько лайков и комментариев получают ваши посты, какой процент ваших подписчиков активно взаимодействует с вашим контентом, и т.д.

Также существуют сторонние сервисы, которые предоставляют более подробную аналитику, например, Hootsuite или Sprout Social. Они могут помочь вам отслеживать, как ваши посты и активности в социальных сетях влияют на вашу аудиторию и как можно улучшить свою стратегию формирования доверия. Кроме того, аналитические инструменты могут помочь вам оценить эффективность вашего сайта или блога. Например, Google Analytics предоставляет подробную информацию о том, как пользователи взаимодействуют с вашим сайтом сколько времени они проводят на страницах, какие страницы наиболее популярны, откуда приходят пользователи и т.д.

Использование аналитических инструментов позволяет понимать, что работает, а что нет, и вносить соответствующие изменения в свою стратегию формирования доверия, чтобы добиться максимальной эффективности.

Таким образом перечислим основные рекомендации по использованию социальных сетей в продвижении услуг частного психологического консультирования:

1. Определить свою целевую аудиторию и разработать соответствующую стратегию формирования доверия.

2. Регулярно обновлять контент на своих страницах в социальных сетях, создавая интересные и полезные материалы для своих подписчиков.

3. Использовать хэштеги, чтобы увеличить охват своих постов и привлечь новых клиентов.

4. Сотрудничать с другими профессионалами и организациями, чтобы расширить свой охват и привлечь новых клиентов.

5. Организовывать конкурсы и акции, чтобы привлечь внимание пользователей и увеличить охват своих услуг.

6. Создавать сайт или блог, чтобы увеличить свой онлайн-присутствие и привлечь новых клиентов.

7. Организовывать онлайн-курсы и вебинары для своих подписчиков, чтобы расширить свой круг знаний и привлечь новых клиентов.

8. Использовать аналитические инструменты, чтобы оценить эффективность своей стратегии формирования доверия и вносить соответствующие корректировки.

Важно помнить, что формирование доверия услуг частного психологического консультирования в социальных сетях требует постоянной работы и усилий. Необходимо регулярно обновлять контент, анализировать результаты своей работы и вносить соответствующие корректировки в свою стратегию формирования доверия. Однако, правильно использованные социальные сети могут стать мощным инструментом в продвижении услуг психологического консультирования и помочь привлечь большое количество новых клиентов.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотренные теоретические подходы позволяют говорить о том, что доверие – одна из ключевых категорий в жизни индивида и общества, обеспечивающая его стабильное существование и развитие. Доверие – это средство устойчивости, управления и саморегуляции, поддерживающее целостность всех систем в обществе. Из этого становится очевидным факт, что значимость доверия возрастает в условиях нестабильности социальной системы: кризиса, напряженности, опасности, ситуациях усиленного риска. В таких условиях фактор доверия воспринимается в качестве эффективного средства стабилизации, регуляции и управления.

Таким образом, доверие представляет собой психологическое отношение, которое основано на понимании, уважении, приязни, принятии и взаимопомощи.

Качества являются главными характеристиками личности человека. В свою очередь, личность консультанта играет важнейшую роль в процессе консультирования.

Психологи-консультанты и психотерапевты активно используют в цифровой самопрезентации как профессиональную, так и личную информацию. Обязательными компонентами самопрезентации психолога в Интернет-пространстве являются фото, информация об образовании и повышении квалификации, перечень подходов и методов работы, сфера проблем и запросов, с которыми консультант готов работать, а также профессиональная самоидентификация. Фото в неформальном стиле превалируют над формальными. Тексты самопрезентаций чаще составляются в формально-деловом стиле.

Обнаружена гендерная специфика цифровой смопрезентации: женщины в большей степени, чем мужчины, осуществляют самопрезентацию через личную информацию, это выражается в неформальных фото и неформальном стиле текста, декларации своих мировоззренческих ценностей и цитировании известных психологов; мужчины в большей степени нацелены на демонстрацию профессионального статуса (посредством фото в деловом стиле и формально-делового стиля текста) и в меньшей — на личностное самораскрытие. В своём обращении к потенциальному клиенту мужчины акцентируются на целях и результатах терапии, в то время как женщины — на процессе терапии и личности клиента. Также обнаружены различия в предпочитаемых подходах и методах работы: женщины чаще мужчин выбирают проективные методы и юнгианский анализ, а мужчины — когнитивно-поведенческую и экзистенциальную терапию.

Были выявлены пять стилей самопрезентации в зависимости от того, на какие параметры самопрезентации делается основной акцент: “лаконичный” (акцент на профессиональную информацию), “эзотерический” (акцент на нетрадиционные методы и личную информацию), “коллекционер дипломов и регалий” (акцент на образование и личные достижения в различных сферах жизни), “заботливый” (акцент на заботу о клиенте и на процесс терапии), “самоуверенный” (акцент на личную информацию и ориентация на достижение целей). Для респондентов с психологическим образованием наиболее привлекательным оказался “заботливый” тип самопрезентации и был совсем не востребован “самоуверенный”; непсихологи чаще всего выбирали консультанта с “лаконичной” самопрезентацией.

Исследование показало, что психологи (люди, имеющие или получающие психологическое образование) и непсихологи (люди, не имеющие психологического образования) руководствуются разными критериями при выборе психолога-консультанта. Заполняя анкету, психологи чаще всего выбирали “заботливого” консультанта и совсем не выбирали “самоуверенного”. Непсихологи чаще всего выбирали “лаконичного” психолога, аргументируя свой выбор отсутствием лишней или неприятной им информации, то есть выбирали по принципу “от обратного”. В свою очередь психологи чаще аргументируют свой выбор наличием у выбранного психолога актуальных и привлекательных для них характеристик, то есть преобладает позитивная аргументация выбора.

Психологи руководствуются в своём выборе следующими критериями: образование, саморазвитие, ориентация на потенциального клиента, тактичное и уважительное отношение к клиенту, возможность идентификации с консультантом, субъективное чувство симпатии и доверия. В числе негативных факторов называют такие параметры, как излишняя краткость, лишние подробности, маркетинговая информация, информация о семье, эзотерические практики.

Непсихологи при выборе опираются на наличие в самопрезентации таких параметров, как медицинское образование, перечень проблем и запросов, список подходов и методов, лаконичность и понятность текста, и отсутствие таких параметров, как нетрадиционные подходы, личная информация, информация о семье, слишком длинный текст, рекламные слоганы, гештальт-терапия, коучинг, чрезмерное самолюбование, ориентация на клиента.

Что касается предпочитаемого возраста и пола консультанта, и психологи и непсихологи отдают предпочтение консультанту старше себя и того же пола, что и они сами. 12% непсихологов предпочли бы консультанта только противоположного пола, среди психологов никто не выбрал этот вариант.

В целом, можно говорить о том, что психологи больше опираются на личностную информацию о выбираемом консультанте и нацелены на активное межличностное взаимодействие с консультантом, в то время как непсихологи ориентируются на профессиональную и фактологическую информацию о консультанте и в роли клиента видят себя пассивным объектом терапии и консультации. Этот феномен можно объяснить сформированностью у психологов (не обязательно практикующих) знаний и представлений о сути и процессе психотерапии и неосведомлённостью о процессе, подходах и целях терапии у непсихологов. Можно говорить о том, что в массовом сознании психотерапия и консультирование связаны, прежде всего, с медициной, а немедицинские, недирективные методы, самораскрытие консультанта как личности и ориентация на активное сотрудничество с клиентом ассоциируются с эзотерикой, мистикой и “кухонными разговорами”.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аминов, И. И. Психология делового общения : Учебник / И. И. Аминов. – М. : Юнити, 2018. – 270 c.

2. Баксанский, О. Е. Современная психология : теоретические подходы и методологические основания. Книга 3 : Аффективная сфера личности и психология общения / О. Е. Баксанский, В. М. Самойлова. – М. : К. Д. Либроком, 2018. – 368 c.

3. Барышева, А. Д. Этика и психология делового общения (сфера сервиса) : Учебное пособие / А. Д. Барышева, Ю. А. Матюхина, Н. Г. Шередер. – М. : Альфа–М, НИЦ Инфра–М, 2013. – 256 c.

4. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : Учебник и практикум для СПО / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 327 c.

5. Бордовская, Н. В. Психология делового общения (для бакалавров) / Н. В. Бордовская; под ред. С. Н. Костромина. – М. : КноРус, 2018. – 439 c.

6. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : Учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова. – Люберцы : Юрайт, 2019. – 463 c.

7. В иговская, М. Е. Психология делового общения : Учебное пособие для бакалавров / М. Е. Виговская, А. В. Лисевич. – М. : Дашков и К, 2016. – 140 c.

8. Волков, Б. С. Психология педагогического общения : Учебник для бакалавров / Б. С. Волков, Н. В. Волкова, Е. А. Орлова. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 335 c.

9. Дмитриева, Л. А. Психология профессионального общения в следственной деятельности : Учебное пособие / Л. А. Дмитриева. – М. : Юнити, 2015. – 191 c.

10. Дмитриева, Л. А. Психология профессионального общения в следственной деятельности : Учебное пособие / Л. А. Дмитриева. – М. : Юнити, 2018. – 208 c.

11. Ефимова, Н. С. Психология общения. Практикум по психологии : Учебное пособие / Н. С. Ефимова. – М. : Форум, 2018. – 288 c.

12. Жарова, М. Н. Психология общения : Учебник / М. Н. Жарова. – М. : Академия, 2018. – 208 c.

13. Земедлина, Е. А. Этика и психология делового общения : Учебное пособие / Е. А. Земедлина. – М. : Риор, 2017. – 512 c.

14. Ильин, Е. П. Психология делового общения / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2019. – 127 c.

15. Караяни, А. Г. Психология общения и переговоров в экстремальных условиях : Учебное пособие / А. Г. Караяни, В. Л. Цветков. – М. : Юнити, 2015. – 247 c.

16. Коноваленко, М. Ю. Психология общения : Учебник / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 468 c.

17. Коноваленко, М. Ю. Психология общения : Учебник для СПО / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 468 c.

18. Коноплева, Н. А. Психология делового общения : Учебное пособие / Н. А. Коноплева. – М. : Флинта, МПСУ, 2008. – 408 c.

19. Кормнова, Н. А. Психология и этика делового общения : Учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова; Под общ. ред. Г. В. Бороздина. – М. : Юрайт, 2013. – 463 c.

20. Корягина, Н. А. Психология общения : Учебник и практикум для СПО / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 437 c.

21. Кошевая, И. П. Профессиональная этика и психология делового общения : Учебное пособие / И. П. Кошевая, А. А. Канке. – М. : Форум, 2018. – 384 c.

22. Лаундес, Л. Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций / Л. Лаундес. – М. : Добрая книга, 2016. – 384 c.

23. Леонов, Н. И. Психология делового общения : Учебное пособие / Н. И. Леонов; Гл. ред. Д. И. Фельдштейн. – М. : МПСУ, МОДЭК, 2010. – 256 c.

24. Макеев, В. А. Психология делового общения. Имидж и нормы этикета / В. А. Макеев. – М. : КД Либроком, 2015. – 272 c.

25. Панфилова, А. П. Психология общения : Учебник / А. П. Панфилова. – М. : Academia, 2014. – 256 c.

26. Рогов, Е. И. Психология общения : тесты / Е. И. Рогов. – М. : КноРус, 2018. – 256 c.

27. Романова, Н. Н. Словарь. Культура речевого общения : этика, прогматика, психология / Н. Н. Романова, А.В. Филипов. – М. : Флинта, 2019. – 304 c.

28. Руденко, А. М. Психология делового общения : Учебное пособие для бакалавров / А. М. Руденко. – М. : Дашков и К, 2015. – 264 c.

29. Самыгин, С. И. Психология делового общения. Зачет и экзамен / С. И. Самыгин. – Рн/Д : Феникс, 2017. – 88 c.

30. Сахарчук, Е. С. Психология делового общения (спо) / Е. С. Сахарчук. – М. : КноРус, 2017. – 100 c.

31. Свенцицкий, А. Л. Социальная психология общения : Монография / А. Л. Свенцицкий, В. Н. Панфёров, Л. В. Куликов и др. – М. : Инфра–М, 2017. – 64 c.

32. Столяренко, Л. Д. Психология общения : учебник для колледжей / Л. Д. Столяренко. – РнД : Феникс, 2019. – 317 c.

33. Чернова, Г. Р. Психология общения : Учебное пособие / Г. Р. Чернова, Т. В. Слотина. – СПб. : Питер, 2018. – 248 c.

34. Чеховских, М. И. Психология делового общения : Учебное пособие/ М. И. Чеховских. – М. : Инфра–М, 2016. – 432 c.

35. Шарухин, А. П. Психология делового общения / А. П. Шарухин. – М. : Academia, 2017. – 336 c.

36. Шейнов, В. П. Поссорься со мной, если сможешь. Психология бесконфликтного общения / В. П. Шейнов. – СПб. : Питер, 2017. – 320 c.

37. Шеламова, Г. М. Деловая культура и психология общения : учебник / Г. М. Шеламова. – М. : Academia, 2018. – 256 c.

38. Яницкий, М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М. С. Яницкий. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2010. – 204 с.

39. Arnkoff D. В., Glass С. R. Cognitive therapy and psychotherapy integration. In D. K. Freedheim (Ed.) / D. В. Arnkoff, С. R. Glass // History of psychotherapy: A century of change. – Washington DC: American Psychological Association, 1992. – P. 657-694.

40. Aubrey R. F. Historical development of guidance and counseling and implications for the future / R. F. Aubrey // Personnel and Guidance Journal. – 1977. – №55. – P. 288-295.

41. Aubrey R. F. The odyssey of counseling and images of the future / R. F. Aubrey // Personnel and Guidance Journal. – 1983. – №62. – P. 78-82.

42. Casey J. M. Gail F. Farwell: A developmentalist who lives his ideas. The School Counselor / J. M. Casey. 1996. – №43. – P. 174-180.

43. Corsini R. J. Introduction. Current psychotherapies, 5th ed. In R. J. Corsini & D. Wedding (Ed.) / R. J. Corsini. – Itasca IL: Peacock, 1995. – P. 1-14.

44. Christopher J. C. Counseling's inescapable moral vision / J. C. Christopher // Journal of Counseling & Development. – 1996. – №75. – P. 17-25.

45. Dattilio F. M., Padesky С. A. Cognitive therapy with couples / F. M. Dattilio, С. A. Padesky. – Sarasota FL: Profess Resource Exchange, 1990. – 150 p.

 46. Ellis A. The humanism of rational emotive behavior therapy and other behavior therapies / A. Ellis // Journal of Humanistic Education and Development. – 1996. – №35. – P. 69-88.

47. Ellis A., Harper R. A. A new guide to rational living / A. Ellis, R. A. Harper. – North Hollywood CA: W, 1975. – 233 p.

48. Guy J. D. The personal life of the psychotherapist / J. D. Guy. – N.Y.: Wiley, 1987. – 352 p.

49. Hackney H., Cormier L. S. (1996). The professional counselor, 3rd ed. / H. Hackney, L. S. – Cormier Boston: Ailyn & Bacon, 1996. – 390 p.

50. Holland J. L. The self-directed search / J. L. Holland. – FL:PAR – 2017. – 112 p.

51. Krumboltz J. D. (1966). Behavioral goals of counseling / J. D. Krumboltz // Journal of Counseling Psychology. – 1966. – №13. – P. 153-159.

52. May R., Remen N., Young D., Berland W. The wounded healer / R. May, N. Remen, D. Young, W. Berland // Saybrook Review. – 1985. –№5. – P. 84-93.

53. Mays D. T., Franks С. М. Getting worse: Psychotherapy or no treatment: The jury should still be out / D. T. Mays, С. М. Franks // Professional Psychology. – 1980. – №2. – P. 78-92.

54. Rogers C. R. The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change / C. R. Rogers // Journal of Consulting Psychology. – 1957. – №21. – P. 95-103.

55. Seligman L. Diagnosis and treatment planning in counseling / L. Seligman / – N.Y: Plenum, 1997. – 466 p.

56. Storr. A. The Art of Psychotherapy / A. Storr. – N.Y.: Routledge, 1980. – 224 p.

57. Thompson С. D., Rudolph L. B. Counseling children, 3th ed. / С. D. Thompson, L. B. Rudolph. – Pacific Grove CA: Brooks/Cole Pub Co, 1992. – 576 p.

58. Wiggins J., Weslander D. Personality characteristics of counselors rated as effective or ineffective / J. Wiggins, D. Weslander // Journal of Vocational Behavior. – 1979. – №15 – P. 175-185.

59. Witmer J. M., Young M. E. Preventing counselor impairment: A wellness model / J. M. Witmer, M. E. Young // Journal of Humanistic Education and Development. – 1996. –№34. – P. 141-155.

60. Zajonc R. On the primacy of affect / R. Zajonc // American Psychologist. – 1984. – №39. – Р. 117-123.

# ПРИЛОЖЕНИЕ А

**Анкета “Выбор психолога”**

Здравствуйте! Перед Вами пять описаний психологов. К какому из них Вы бы, вероятнее всего, обратились?

**Психолог №1**

Здравствуйте! Я гештальт-терапевт, юнгианский аналитик, ведущий психологической игры “Спираль самопознания” и древней индийской игры “Лила”.

С 2010 года я профессионально занимаюсь помощью людям запутавшимся в себе, своих устремлениях, предназначениях и желаниях.

Мои основные профессиональные интересы: самореализация, осознание своего предназначения, выход из жизненного кризиса, преодоление экзистенциальной депрессии, индивидуация, поиск Самости, интеграция субличностей.

Помогаю человеку раскрыть его персональные источники вдохновения и мотивации.

Кроме классических методов психотерапии применяю элементы йоги и биоэнергетики, дыхательные практики, медитации, тета-хилинг.

Человек многогранен в своей уникальности, поэтому я считаю важным постоянно расширять свой арсенал знаний и методов, ведь это помогает посмотреть на природу души с разных сторон. Наука не стоит на месте, но это не значит, что мы должны отбросить мудрость, которую человечество накапливало тысячелетиями.

Моё профессиональное мировоззрение точнее всего отражено в концепциях трансперсональной психологии, мне также близка экзистенциальная парадигма.

Увлекаюсь изучением мифологий различных культур, астрологией и тибетским массажем.

Я верю в то, что психология помогает человеку улучшать жизнь и становиться целостнее. Но прежде всего я верю в человеческие ресурсы и способность к самоисцелению. В каждом человеке скрыта огромные силы, настоящие сокровища, нужно только не побояться спуститься во тьму, чтобы найти их. Я постараюсь стать для Вас надёжным проводником в этом путешествии.

Мне очень приятно и радостно, когда завершая свою работу и прощаясь, я наблюдаю, что радости в жизни человека стало больше, потому, что пришло успокоение и понимание, что если любую проблему воспринимать как задачу, увидеть алгоритм решения задачи и составить план действий, то приходит душевное равновесие и открывается поток энергии, позволяющий радоваться, улыбаться и чувствовать себя счастливым.

Работаю в направлениях: Гештальт-терапия, Психосинтез, Социальная панорама (расстановки без заместителей), Метафорические ассоциативные карты, Арт-терапия, Системные рассстановки, Психосинтез, Танатотерапия, Трансперсональная психотерапия, Эриксоновский гипноз, Юнгианский анализ

Образование:

Российский Государственный Гуманитарный Университет

Специальность: клиническая (медицинская) психология

Квалификация: психолог, преподаватель психологии

Годы обучения: 2002 - 2007

Теория и практика гештальт-терапии

Выдан: Московский Гештальт Институт

Год получения: 2008

семинар "Травма. Психоаналитический подход"

Выдан: РОО "Открытое Психоаналитическое Общество"

Год получения: 2009

Международная конференция "Психотерапия и духовное измерение"

Выдан: Профессиональная Психотерапевтическая Лига

Год получения: 2009

Certificate of Completion Spiritual Option Master's Training

Выдан: Trainer Svetlana Golubeva

Год получения: 2009

Междисциплинарный Учебно-Исследовательский Центр (МУИЦ)

Специальность: Холистическая практическая психология

Квалификация: Практический психолог

Годы обучения: 2011 – 2012

"Ритуалы в расстановках"

Выдан: Академия расстановщиков (Германия)

Год получения: 2012

Эриксоновский гипноз. Базовый курс.

Выдан: Институт психотерапии и клинической психологии

Год получения: 2012

Арт-терапия в работе со взрослыми.

Выдан: Институт психотерапии и клинической психологии

Год получения: 2013

"Ритуалы перехода". Обучающий семинар-тренинг.

Выдан: Институт Танатотерапии

Год получения: 2014

Сертификат участника XIV междунар.конференции "Исцеление души в современном мире" в объеме 24 часов

Выдан: Московская ассоциация аналитической психологии

Год получения: 2015

**Подходит ли Вам этот специалист?**

– да

– нет

**Психолог №2**

Психолог, психотерапевт. Очно и по скайпу.

Работаю со следующими проблемами:

- панические атаки, фобии;

- депрессия;

- нарушения сна;

- психосоматика;

- навязчивое поведение, мысли;

- трудности в построении отношений;

- одиночество;

- неуверенность в себе;

- принятие решений, постановка цели;

- проблемы в семье, развод;

- детско-родительские отношения;

- переживание утраты;

- проблемы социальной адаптации;

- травма насилия.

Работаю в направлениях: Когнитивная терапия, Поведенческая психотерапия, Позитивная психотерапия, Системная семейная терапия, Песочная терапия.

Образование:

**Научно-Исследовательский Психоневрологический Институт им. В.М. Бехтерева**
Специальность: Клинический психолог
Квалификация: Клинический психолог
Годы обучения: 2004 – 2008

**Психокинезиология: практика работы с предстрессовыми и стрессовыми состояниями**
Выдан: Институт практической психологии "Иматон" г.Санкт-Петербург
Год получения: 2009

**"Мастерская психологического консультирования" А. Палей**
Выдан: Иматон
Год получения: 2010

**"Панические атаки - проблема или ресурс развития? Краткосрочная терапия тревожно-депрессивных и панических расстройств"**
Выдан: Институт практической психологии "Иматон" г.Санкт-Петербург
Год получения: 2012

**Сертификат по психиатрии**
Выдан: Санкт Петербургский институт усовершенствования врачей-экспертов
Год получения: 2013

**Психотерапевтический контакт в КПТ. Введение в терапию**
Выдан: Ассоциация когнитивно-поведенческой терапии
Год получения: 2013

**"Практика краткосрочной системной семейной терапии на основе подхода Берта Хеллингера"
Выдан: Институт практической психологии "Иматон" г.Санкт-Петербург
Год получения: 2014**

**Подходит ли Вам этот специалист?**

– да

– нет

**Психолог №3**

Действительный Член Общероссийской Профессиональной Психотерапевтической Лиги.

Немедицинский психотерапевт, семейный психолог, коуч, руководитель онлайн обучения НИИ СПиПРЛ.

Преподаватель Института Психотерапии Онлайн под рук. Б. Новодержкина

Работаю очно и по скайпу.

Более 15 лет состою в браке, воспитываю четверых прекрасных детей. Давно и серьёзно увлекаюсь музыкой и подводным плаванием.

Образование:

– Рязанский медицинский институт, лечебный факультет, врач лечебное дело.

— ФГНУ Институт социальной педагогики РАО. Психолог, психолог-консультант.

Дополнительное образование:

– Профессиональное психологическое консультирование (НИИ СП и ПРЛ — научно-исследовательский институт социальной психологии и психологии развития личности под рук. С.Шишкова и О.Суса)

– Авторская Мастерская Бориса Новодержкина

- Транзактный анализ и терапия нового решения - Институт психотерапии и клинической психологии.

- Транзактный анализ при работе с неврозами, психосоматическими и зависимыми расстройствами, семейно-сексуальными расстройствами. Работа с несчастными сценариями жизни - Институт психотерапии и клинической психологии.

- Работа с Внутренним Ребенком и Внутренним Родителем - Смирнова Т.П. - Центр Линде Н.Д.

– Университет практической психологии: психолог-консультант, немедицинский психотерапевт, коуч, тренер.

- Эмоционально-образная терапия - Центр Линде Н.Д.

Веду консультативную психологическую практику и группы личностного роста с 2000 года.

Тематические терапевтические группы.

Веду Лабораторию Профессионального Психологического Консультирования в НИИ СП и ПРЛ. Скайп-консультирование.

Супервизия.

Кроме того:

Организатор онлайн кино-клуба «Псинема»

Организатор игры Cashflow

Моя Мастерская Личностного роста: каждое вск 18:00

Возможные варианты работы:

– Индивидуальное, парное и семейное консультирование (взрослые, подростки, семьи, детско-родительские пары, супружеские пары и пр.)

– Краткосрочная и долгосрочная индивидуальная, семейная и парная терапия

– Групповая психотерапия

– Индивидуальный и корпоративный коучинг

Автор книги: «Как найти себя и больше не терять»

Темы, с которыми я работаю:

Личностное развитие и личностный рост, личная эффективность, планирование и тайм-менеджмент; целеполагание; неуверенность в себе; взросление (инфантильность) юношей и подростков; сложности и проблемы во взаимоотношениях с противоположным полом, супружеских отношениях; как пережить горе, связанное с утратой, расставанием; как пережить развод; дети в ситуации развода; проблемы нового брака; кризисы: жизненные, семейные, возрастные.

Мне близки ценности гуманистической экзистенциальной психологии и теоретические основы психоанализа и терапии нового решения. В практической работе я также использую гештальт-подход, S-теорию и S-консультирование. Эмоционально-Образную терапию. Транзактный анализ, работу с Внутренним Ребенком и Внутренним Родителем.

Работаю в направлениях: Когнитивная терапия, Коучинг, Личностно-центрированная терапия, Перинатальная психология, Поведенческая психотерапия, Позитивная психотерапия, Психоаналитическая терапия, Психосинтез, Транзактный анализ, Эмоционально-образная терапия

Семейное положение: в счастливом браке

**Дипломы и сертификаты:**

**Рязанский медицинский институт им. акад. И.П.Павлова**

**Специальность: Врач лечебное дело**

**Квалификация: Врач лечебное дело**

**Годы обучения: 1976 – 1982**

**Московский Технологический Институт**

**Специальность: Инженер-механик**

**Квалификация: специалист**

**Годы обучения: 1984 – 1989**

**Центр Социально-Педагогического Образования Института Социальной Педагогики РАО**

**Специальность: Психологическое консультирование**

**Квалификация: Психолог - консультант**

**Годы обучения: 2010 – 2012**

**Сертификат о прохождении курса групповой терапии**

**Выдан: СПИГ - Санкт-Петербургский Институт Гештальта (Член FORGE)**

**Год получения: 2012**

**Свидетельство о прохождении базового обучающего курса по специальности психолог-консультант**

**Выдан: НП Научно Исследовательский Институт Социальной Психологии и Психологии Развития Личности**

**Год получения: 2014**

**Победа в номинации "Психолог года 2015"**

**Выдан: Администрация Рязанской области**

**Год получения: 2015**

**Интеграция и эволюция в психотерапии**

**Выдан: Юбилейная конференция посвященная 30-летию психотерапии в России**

**Год получения: 2015**

**Свидетельство**

**Выдан: Председатель ассоциации когнитивно-поведенческой психотерапии**

**Год получения: 2016**

**WIESBADEN ACADEMY OF PSYCHOTHERAPY**

**Специальность: Psychotherapy**

**Квалификация: BASIC CONSULTANT OF POSITIVE PSYCHOTHERAPY**

**Годы обучения: 2017 – 2017**

**Подходит ли Вам этот специалист?**

– да

– нет

**Психолог №4**

Здравствуйте!

Случалось ли Вам испытать несчастную любовь, горе, отчаяние, апатию, душевную пустоту, непонимание близких? Может быть, у вас возникают состояния паники, вы боитесь ездить в транспорте, покидать замкнутое пространство, общаться с людьми. Вы вдруг замечаете: в том, что вы делаете, нет смысла и не понятно, что делать и куда идти дальше.Каждый из нас время от времени оказывается в ситуации, где он нуждается в поддержке, в бережном отношении, в ненавязчивом и заботливом присутствии другого.

Я предлагаю Вам сопровождение на пути к вашим ресурсам, к поиску смысла жизни, к Вам самим. К Вам самим таким, какими бы Вы хотели стать.

Здесь Вас всегда выслушают, Вам не обязательно оставаться наедине со своими проблемами. Я не решаю, что для Вас правильно, а что неправильно, что лучше, а что хуже, я не принимаю решений за Вас – но на этом, порой очень сложном пути поиска и выбора я всегда буду рядом с Вами, со всем моим мужеством, уважением и вниманием к Вам в любом вашем чувстве и переживании, каждый раз буду предлагать свой профессиональный и человеческий опыт.

Я подбираю методы и стратегии работы исходя из Ваших потребностей и особенностей Вашей личности.

ЧТО Я МОГУ:

- помочь Вам увидеть скрытые ресурсы, чтобы Вы могли направить их на решение актуальных проблем;

- обеспечить Вам безопасную среду для самопознания и самораскрытия;

- помочь Вам поверить в свои силы.

ЧТО Я МОГУ, НО НЕ БУДУ ДЕЛАТЬ:

- давать советы. Я - не Вы. Только Вы можете знать, что лучше для Вас, только Вы можете принять то решение, которое нужно Вам.

Работаю в направлениях: Гештальт-терапия, Поведенческая психотерапия, Личностно-центрированная терапия, Логотерапия, Экзистенциальная психотерапия

**Образование:**

**Московский Гештальт Институт**

**Специальность: Гештальт-терапия**

**Квалификация: Гештальт-терапевт**

**Годы обучения: 2004 – 2008**

**Летняя школа : Профессиональное выгорание и толерантность**

**Выдан: Федерация психоанализа**

**Год получения: 2009**

**Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина.**

**Специальность: Психология.**

**Квалификация: Психолог. Преподаватель психологии.**

**Годы обучения: 2009 – 2012**

**Экзистенциальная терапия (постдипломное образование)**

**Выдан: Вильнюсский Университет, философский факультет**

**Год получения: 2014**

**"Интенсивное терапевтическое бытие"**

**Выдан: а психиатрии МФВУ, психотерапевтическое отделение ЦПЗ г. Вильнюса**

**Год получения: 2015**

**Гештальт-подход в рамках экзистенциально-гуманистической психотерапии. 2 ступень.**

**Выдан: Психологический центр "Здесь и теперь"**

**Год получения: 2015**

**Сертификат участника 2-ой научно-практ.конференции "Когнитивно-поведенческая психотерапия, доказательная медицина, психиатрия - общий путь"**

**Выдан: СПБ НИИ Психоневрологический институт им. В.М. Бехтерева**

**Год получения: 2016**

**Сертификат участника всероссийской научно-практической конференции с международным участием "Случевские чтения: феноменология и экзистенциальная психотерапия"**

**Выдан: Российское общество психиатров**

**Год получения: 2016**

**Подходит ли Вам этот специлист?**

– да

– нет

**Психолог №5**

Психолог-консультант, коуч, автор уникальных тренинговых программ, соавтор проекта #ураганВОЗМОЖНОСТЕЙ, помогаю понять себя и выйти на качественно новый уровень жизни.

Я использую в своей работе когнитивно-поведенческую терапию и научный подход, подробно поясняя, что мы делаем и как это согласуется с актуальными психологическими методами. Я аргументирую свою точку зрения, используя теорию и практику, которые можно проверить на себе и увидеть результаты, предоставляю материалы, как свои, так и других известных психологов, социологов и философов от научного мира.

Какие результаты Вы получите от работы со мной:

- ДИСЦИПЛИНА — как не ждать вдохновения, чтобы встать с дивана (или выйти из компьютерных игр) и просто сделать нужные шаги, которые вы знаете, но не делаете.

- ДЕНЬГИ — как увеличить свой доход на работе или в бизнесе через простые и понятные действия и решения.

- ОТНОШЕНИЯ — как вернуть силы и мотивацию в жизни и отношениях, как вообще выстраивать отношения в правильной и эффективной модели.

- РАБОТА С ЦЕЛЯМИ — как понять, какие цели адекватны, а какие нет. Это частая проблема у многих, когда очевидно, что цели нужны, но какие?

Об этом говорят мои личные результаты и результаты моих клиентов.

- Вот уже пять лет используя (и модифицируя) свою методику, я ежегодно удваиваю свой годовой доход.

- За моей спиной сложный путь от человека с заниженной самооценкой, жалостью к себе, ворохом проблем и лишним весом, до человека, который полностью управляет своей жизнью. Умение выполнять обещания, держать слово, дисциплинировать себя, умение слушать и слышать людей, защищать себя (боевые искусства) и свои границы (правила жизни) — все это мои (а в скором времени и ваши) реальные достижения.

- Провожу групповой курс по развитию дисциплины и ответственности, отзывы можно почитать на моем сайте.

- Провожу групповой курс «Социально-финансовый эксперимент», в итоге есть отличные результаты как по личной дисциплине, так и по улучшению отношений и финансовым вопросам. Отзывы можно почитать на моем сайте.

Помните, 100% непредпринятых попыток не увенчаются успехом. :)

ВАШЕ счастье в ВАШИХ руках!

Запишитесь на консультацию и начните улучшать свою жизнь прямо сейчас!

Работаю очно и по скайпу.

Если вы посчитаете мою помощь не эффективной, я верну вам оплату.

Работаю в направлениях: Когнитивно-поведенческая терапия (КПТ), Нейро-лингвистическое программирование, Поведенческая психотерапия

Семейное положение: в браке, двое детей

**Образование**

**Московский институт современного академического образования**

**Специальность: Психологическое консультирование и психодиагностика**

**Квалификация: психолог-консультант**

**Год получения: 2012**

**Social Psychology**

**Выдан: Wesleyan University**

**Год получения: 2014**

**Сертификат: Третья волна когнитивно-поведенческой психотерапии Mindfulnes - теории и практикии**

**Выдан: Ассоциация Когнитивно-Поведенческой психотерапии**

**Год получения: 2015**

**Synapses, Neurons and Brains**

**Выдан: Hebrew University of Jerusalem**

**Год получения: 2016**

**Подходит ли Вам этот специалист?**

 – да

– нет

**Пожалуйста, аргументируйте свой выбор. Что повлияло на Ваше решение?**

**Вы бы скорее предпочли психолога** (выбор нескольких вариантов):

- того же пола, что и Вы;

- другого пола;

- приблизительно Вашего возраста;

- младше Вас;

- старше Вас.

**Ваш пол** (выбор одного варианта):

- мужской;

- женский;

- предпочту не указывать.

**Ваш возраст** (краткий ответ):

**Ваша профессия** (краткий ответ):